

全国高职高专国际贸易、商务英语规划系列教材

商务英语翻译教程

苏 红 夏伟华 主 编

李 婧 张美凤 许天虎 副主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书内容分为 10 个模块, 分别为: Business Cards、Trademarks、Company Introduction、Product Introduction、Advertising、Business Letters、Business Reports、Letter of Credit、Business Contracts、Sightseeing。每一模块又分为几个任务, 如项目准备、项目任务、项目训练等。每一个大的任务下面又有几个小的任务, 从不同的方面实现对主题模块的认识理解和训练。

本书可作为高职高专商务英语专业及相关专业教材, 也可作为有关从业人员的培训教材或参考书。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

商务英语翻译教程/苏红, 夏伟华主编. —北京: 电子工业出版社, 2010.8

(全国高职高专国际贸易、商务英语规划系列教材)

ISBN 978-7-121-11454-0

I. ①商… II. ①苏…②夏… III. ①商务—英语—翻译—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 143514 号

策划编辑: 刘文杰

责任编辑: 刘 凡

印 刷:

装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 10.75 字数: 292 千字

印 次: 2010 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 18.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前 言

本书的设计原则打破了传统的编写体例，尝试以工作过程为导向，实施项目教学或模块式教学，通过任务驱动，实现学生在学中做，在做中学，教师在做中教。

与以往同类教材相比，本书具有如下几个特色：

（1）教学理念先进，教学方法多样。本书按照任务驱动教学法的编写要求，可以灵活采用各种教学方法。

（2）思路清晰，框架合理。本教程的设计思路以培养学生的实践能力和职业能力为核心，以英语实用文体的分类为整体框架，选材上注意使用各种商务环境中的真实材料，为学生创建一个真实的翻译实践情景。并且在每个教学项目中都会穿插适当的翻译技巧，增强学生的翻译实践能力。

（3）内容翔实新颖。本教程在编写的过程中注意使用最新的商务活动中的翻译实践材料，有助于学生掌握最新知识，模拟实践训练，培养职业能力。

（4）注重实践，形式多样。翻译能力的提高主要在于亲笔实践，所以本教程在实践部分设计了大量的练习，以期能强化学生的翻译技能，巩固新知，熟练掌握职业技能。

本书由苏红、夏伟华担任主编，李婧、张美凤、许天虎担任副主编，郭立栋、孔伟参编。由于作者水平有限，书中疏漏和不足在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者

2010年3月

目 录

Module 1 Business Cards	1
Part I 项目准备	1
1.1 名片简介	1
1.2 名片翻译技巧	10
1.3 名片翻译例析	11
Part II 项目任务	12
Part III 项目训练	14
Part IV Useful Words and Expressions	15
Module 2 Trademarks	17
Part I 项目准备	17
2.1 商标简介	17
2.2 商标翻译中应遵循的原则及常用的翻译方法	22
2.3 商标翻译例析	24
Part II 项目任务	26
Part III 项目训练	27
Part IV Useful Words and Expressions	28
Module 3 Company Introduction	30
Part I 项目准备	30
3.1 公司简介	30
3.2 公司简介的结构特点	30
3.3 公司简介的语言特点	31
3.4 公司简介的翻译技巧	32
3.5 公司简介文案及其翻译例析	35
Part II 项目任务	35
Part III 项目训练	38
Part IV Useful Words and Expressions	40
Module 4 Product Introduction	41
Part I 项目准备	41
4.1 产品说明书简介	41

4.2	产品说明书样例	42
4.3	产品说明书的语言特点	43
4.4	产品说明书的翻译技巧	45
4.5	英文产品说明书及其翻译赏析	47
Part II	项目任务	48
Part III	项目训练	50
Part IV	Useful Words and Expressions	52
Module 5	Advertising	54
Part I	项目准备	54
5.1	广告简介	54
5.2	欣赏广告语并体会语言特点	55
5.3	广告的语言特点	56
5.4	广告的翻译技巧	58
5.5	广告文案及其翻译赏析	61
Part II	项目任务	62
Part III	项目训练	64
Part IV	Useful Words and Expressions	66
Module 6	Business Letters	68
Part I	项目准备	68
6.1	商务信函简介	68
6.2	商务信函的类型与特点	70
Part II	项目任务	81
Part III	项目训练	87
Part IV	Useful Words and Expressions	91
Module 7	Business Reports	94
Part I	项目准备	94
7.1	商务报告简介	94
7.2	商务报告的语气特点	95
7.3	商务报告的语言特点	96
7.4	商务报告的翻译技巧	98
Part II	项目任务	102
Part III	项目训练	107
Part IV	Useful Words and Expressions	108
Module 8	Letter of Credit	109

Part I	项目准备	109
8.1	信用证简介	109
8.2	信用证的翻译技巧	112
Part II	项目任务	120
Part III	项目训练	122
Part IV	Useful Words and Expressions	124
Module 9	Business Contracts	126
Part I	项目准备	126
9.1	商务合同简介	126
9.2	体会商务合同的语言特点	127
9.3	商务合同的语言特点	127
9.4	商务合同的翻译技巧	132
9.5	商务合同范例	135
Part II	项目任务	138
Part III	项目训练	141
Part IV	Useful Words and Expressions	143
Module 10	Sightseeing	145
Part I	项目准备	145
10.1	旅游翻译简介	145
10.2	欣赏旅游文本翻译并体会语言特点	146
10.3	旅游文本的语言特点	147
10.4	旅游文本的翻译方法	148
10.5	旅游文本翻译欣赏	154
Part II	项目任务	154
Part III	项目训练	159
Part IV	Useful Words and Expressions	162
参考文献		164

Module 1

Business Cards



Part I 项目准备

1.1 名片简介

商务名片详细记载了持有者的姓名、身份、职位以及其他信息，是现代社会中应用极为广泛的一种交流工具，也是商务交际中展现个性风貌的必备工具。一张小小的名片可以反映出一个人甚至其所属企业、公司的群体文化，因此在社交场合上发挥着越来越重要的作用。应该说，随身携带名片、选择适当的机会出示和交换名片已成为现代商业人士的必备礼仪。

1.1.1 商务名片的概念与结构特点

商务名片（Business Card，又称为 Name Card、Visit Card，或简称 Card）是现代商务活动和社会交往中必不可少的工具，它既可作为自我介绍的重要手段，又可长期保存以备日后通联之用。而随着对外经济和文化交流的日益频繁，英文名片的使用率和重要性也不断提高，一张用词得体、语法规范、表达准确的英文名片是跨国交际不可取代的中介。

目前我国涉外人员使用的名片多以中英文对照形式出现，以下是一张普通的商务名片。



一般的名片上的信息可分为如下 7 个部分:

- (1) 公司名称 (the Name of Company);
- (2) 本人姓名 (Person's Name);
- (3) 职位、职称、衔头 (Position, Title);
- (4) 公司地址 (the Address of Your Company);
- (5) 电话号码 (Telephone Number);
- (6) 传真号码 (Fax Number);
- (7) 电子邮箱 (E-mail Address)。

1.1.2 姓名的翻译

姓名是每一个社会成员的标志和符号, 它的社会功能是人们借以相互区别。人们在选择姓名时有着种种原因和道理, 它隐含有一个民族的语言、历史、地理、宗教和文化传统的信息。由于各自历史发展和文化传统的差异, 中西方之间形成了各自不同的姓名体系, 这实际上也是一种文化现象。通过对姓名文化的对比研究, 可以对自己的文化有更深入的了解, 同时对外来文化也有所认识, 这将有助于我们在对外交往中相互理解、相互尊重, 减少误会与摩擦, 达到双赢。

中国人名具有鲜明的时代感和文化意义, 为了最大限度地保留中国传统文化特色和民族语言风格, 翻译人名时应采取以我为主的原则。



按照中国人的习惯，一般人名的拼音采用姓在前、名在后的写法。双名的两个字要拼写在一起，中间不需要连字符“-”。首字母要大写，如“马丽丽”的拼音是“Ma Lili”。单名两个字分开，如“孙文”的拼音是“Sun Wen”。我国还有复姓，如“欧阳”、“诸葛”，其拼音应该连在一起。例如，“欧阳小春”的拼音是“Ouyang Xiaochun”。“诸葛亮”的拼音是“Zhuge Liang”。

有时，我国的人名拼音按照英语国家习惯采用名在前、姓在后的次序写，但通常在姓前面加逗号与名字分开，也可用缩写。例如，“陈可辛”的拼音是“Ke Xin, Chen”，缩写为“K.X., Chen”。这种方法与英语名字在形式上达到了对等。

另外，最近又出现了一种新的姓名拼写方法，即按照中国人名的顺序翻译。但考虑到读者的接受能力和文化习惯，不妨适当照顾译语文化，姓全部用大写拼音字母。例如“王小丽”，可译为“WANG Xiao li”。这种翻译方式看上去有些怪，但避免了姓与名的混淆，尤其是在单名的情况下。如“王帅”翻译成“WANG Shuai”，约定俗成以后，就知道这个人的姓是王。相信外国人会逐渐了解和接受中国人姓名的排列顺序的。当然这种翻译方法也会带来文化的空缺，这也是不得已的事。

对已有的定译名，按约定俗成的原则，不再更正。例如，宋庆龄（Soong Ching Ling）、陈嘉庚（Tan Kak Kee）、孙逸仙（Sun Yat Sen）等。

1.1.3 职务的翻译

1. 董事长

董事长是股东利益的最高代表，它不属于公司雇员的范畴，理论上是指公司管理层所有权力的来源。董事长是公司董事会的领导，其职责具有组织、协调、代表的性质。董事长的权力在董事会职责范围之内，不管理公司的具体业务，一般也不进行个人决策，只在董事会开会或董事会专门委员会开会时才享有与其他董事同等的投票权。只有他拥有召开董事会、罢免总裁等的最高权力，但不掌握行政权力。

董事长的英语是“Chairman”（准确地说是“Chairman of the Board”），在美国英语中，“President”相当于英国的“Chairman of the Board”。

董事长可以随时解除任何人的职务，除了董事（Member of the Board）和监事（Member of the Board of Supervisors），因为董事和监事不是公司雇员，而是公司的主人和仲裁人。

2. 总裁

总裁的英语是“Chief Executive Officer (C.E.O)”，他是公司的最高行政主管。在美国英语中，“President”也指总裁。有的公司的董事长和总裁由两人担任。总裁的位置仅次于



董事长 (Chairman), 高于副董事长 (Vice-Chairman)。

3. 总经理

总经理翻译成英语为 “General Manager”, 缩写为 “G.M.”。对一个普通的没有董事会的公司来说, 总经理是该公司的最高领导者。但是, 假定 A 公司是一个设有董事会的股份有限公司, 该公司管辖许多分公司, 分公司的最高领导者也被称为 “总经理” (G.M.), 而总公司 (Head Office) 的 “总经理” 应翻译成 “Managing Director”。Managing Director 仅次于 Chairman, 若有几个 Managing Director, 则各称 “联合管理董事” (Joint Managing Director), 目前通常称为 “首席常务董事” 或 “总裁”。

有的总经理不是董事会成员, 而是由董事会聘用的, 这个 “总经理” 翻译成英语就是 General Manager。

4. 副职翻译

1) Vice-

Vice 常与 President、Chairman、Chancellor 等职位较高的词连用。

【例】Vice-Chairman 副主席

Vice-President 副总裁

Vice-Chancellor 副校长

Vice-Manager 副经理

2) Deputy

Deputy 主要用于表示企业、事业及行政部门的副职。

【例】Deputy Chairman of the Club 俱乐部副经理

Deputy Planning Director 规划部副主任

Deputy Director 副主任

Deputy Secretary-general 副秘书长

3) Associate

Associate 主要用于表示技术职称的副职。

【例】Associate Professor 副教授

Associate Chief Physician 副主任医师

Associate Research Fellow 副研究员

4) Assistant

Assistant 表示 “助理”。

【例】Assistant Engineer 助理工程师

Assistant Manager 经理助理



附：常见职务的翻译

Accounting Assistant 会计助理	Deputy General Manager 副总经理
Accounting Clerk 记账员	Economic Research Assistant 经济研究助理
Accounting Manager 会计部经理	Electrical Engineer 电气工程师
Accounting Stall 会计部职员	Engineering Technician 工程技术人员
Accounting Supervisor 会计主管	English Instructor/Teacher 英语教师
Administration Manager 行政经理	Export Sales Manager 外销部经理
Administration Staff 行政人员	Export Sales Staff 外销部职员
Administrative Assistant 行政助理	Financial Controller 财务主任
Administrative Clerk 行政办事员	Financial Reporter 财务报告人
Advertising Staff 广告工作人员	F.X. (Foreign Exchange) Clerk 外汇部职员
Airlines Sales Representative 航空公司定座员	F.X. Settlement Clerk 外汇部核算员
Airlines Staff 航空公司职员	Fund Manager 财务经理
Application Engineer 应用工程师	General Auditor 审计长
Assistant Manager 副经理	General Manager/ President 总经理
Bond Analyst 证券分析员	General Manager Assistant 总经理助理
Bond Trader 证券交易员	General Manager's Secretary 总经理秘书
Business Controller 业务主任	Hardware Engineer (计算机) 硬件工程师
Business Manager 业务经理	Import Liaison Staff 进口联络员
Buyer 采购员	Import Manager 进口部经理
Cashier 出纳员	Insurance Actuary 保险公司理赔员
Chemical Engineer 化学工程师	International Sales Staff 国际销售员
Civil Engineer 土木工程师	Interpreter 口语翻译
Clerk/Receptionist 职员/接待员	Legal Adviser 法律顾问
Clerk Typist & Secretary 文书打字兼秘书	Line Supervisor 生产线主管
Computer Data Input Operator 计算机资料输入员	Maintenance Engineer 维修工程师
Computer Engineer 计算机工程师	Management Consultant 管理顾问
Computer Processing Operator 计算机处理操作员	Manager for Public Relations 公关部经理
Computer System Manager 计算机系统部经理	Manufacturing Engineer 制造工程师
Copywriter 广告文字撰稿人	Manufacturing Worker 生产员工
	Market Analyst 市场分析员



Market Development Manager 市场开发部经理

Marketing Manager 市场销售部经理

Marketing Staff 市场销售员

Marketing Assistant 销售助理

Marketing Executive 销售主管

Marketing Representative 销售代表

Marketing Representative Manager 市场调研部经理

Mechanical Engineer 机械工程师

Mining Engineer 采矿工程师

Music Teacher 音乐教师

Naval Architect 造船工程师

Office Assistant 办公室助理

Office Clerk 职员

Operational Manager 业务经理

Package Designer 包装设计师

Passenger Reservation Staff 乘客票位预订员

Personnel Clerk 人事部职员

Personnel Manager 人事部经理

Plant/Factory Manager 厂长

Postal Clerk 邮政人员

Private Secretary 私人秘书

Product Manager 生产部经理

Production Engineer 产品工程师

Professional Staff 专业人员

Programmer 计算机程序设计师

Project Staff (项目) 策划人员

Promotional Manager 推售部经理

Proof-reader 校对员

Purchasing Agent 采购(进货)员

Quality Control Engineer 质量管理工程师

Real Estate Staff 房地产职员

Recruitment Coordinator 招聘协调人

Regional Manager 地区经理

Research & Development Engineer 研究开发工程师

Restaurant Manager 饭店经理

Sales and Planning Staff 销售计划员

Sales Assistant 销售助理

Sales Clerk 店员、售货员

Sales Coordinator 销售协调人

Sales Engineer 销售工程师

Sales Executive 销售主管

Sales Manager 销售部经理

Secretary 秘书

Securities Custody Clerk 保安人员

Security Officer 安全人员

Senior Accountant 高级会计

Senior Consultant/Adviser 高级顾问

Senior Employee 高级雇员

Senior Secretary 高级秘书

Service Manager 服务部经理

Simultaneous Interpreter 同声传译员

Software Engineer (计算机) 软件工程师

Supervisor 监管员

Systems Adviser 系统顾问

Systems Engineer 系统工程师

Systems Operator 系统操作员

Technical Editor 技术编辑

Technical Translator 技术翻译

Technical Worker 技术工人

Telecommunication Executive 电讯(电信)员

Telephonist/Operator 电话接线员、话务员



Tourist Guide 导游
Trade Finance Executive 贸易财务主管
Trainee Manager 培训部经理
Translation Checker 翻译核对员
Translator 翻译员

Trust Banking Executive 银行高级职员
Typist 打字员
Word Processor Operator 文字处理操作员

1.1.4 公司名称、部门的翻译

公司名称的翻译有很多种，如下所述。

1. Line(s): (轮船、航空、航运等) 公司

【例】 Atlantic Container Line 大西洋集装箱海运公司
Hawaiian Air Lines 夏威夷航空公司

2. Agency: 公司、代理行

【例】 The Austin Advertising Agency 奥斯汀广告公司
China Ocean Shipping Agency 中国外轮代理公司

3. Store(s): 百货公司

【例】 Great Universal Store 大世界百货公司 (英)
Tesco Stores (Holdings) 坦斯科百货公司 (英)

4. Associates: (联合) 公司

【例】 British Nuclear Associates 英国核子联合公司
Subsea Equipment Associates Ltd. 海底设备联合有限公司 (英、法、美合办)

5. System: (广播、航空等) 公司

【例】 Mutual Broadcasting System 相互广播公司 (美)
Malaysian Airline System 马来西亚航空公司

6. Office: 公司，多与 head、home、branch 等词连用

【例】 3M China Limited Guangzhou Branch Office 3M 中国有限公司广州分公司
China Books Import and Export Corporation (Head Office) 中国图书进出口总公司



7. Service(s): (服务) 公司

【例】 Africa-New Zealand Service 非洲—新西兰服务公司
Tropic Air Services 特罗皮克航空公司

8. Exchange

【例】 American Manufacturers Foreign Credit Insurance Exchange 美国制造商出口信用保险公司

9. Center

【例】 Binks (Shanghai) Engineering Exhibition Center, Ltd. 宾克斯(上海)涂装工程设备展示有限公司

附: 常见的公司、企业部门名称的翻译

Head Office 总公司

Headquarter 总部

Branch Office 分公司

Business Office/ branch office 营业部

Personnel Department 人事部

Human Resources Department 人力资源部

General Affairs Department 总务部

General Accounting Department 财务部

Sales Department 销售部

Sales Promotion Department 促销部

International Department 国际部

Export Department 出口部

Import Department 进口部

Public Relations Department 公共关系/
外联部

Advertising Department 广告部

Planning Department 企划部

Product Development Department 产品开发部

Research and Development Department (R&D) 研发部

Secretarial Pool 秘书室

Information Office 问询处

Reception Desk/Center 前台/接待处

Customer Service Department 客服部

Call Center 电话中心

Production/ Producing Department 生产部

Security Guard Department 保卫处

Department of technology 技术部

Logistics Department 后勤部

Administrative Department 行政部

1.1.5 公司地址的翻译

名片的主要功能是沟通联系,所以在名片上写上详细的家庭或单位通信地址是必不可



少的。例如下例：

住址：浙江省台州市黄岩区天长路 18 号 201 室

翻译成英文就是：

Address: Room 201, 18 Tianchang Road, Huangyan District, Taizhou City, Zhejiang Province.

对照上例，翻译时有几点需要注意：

中文地址的排列顺序是由大到小：×国×省×市×区×路×号，而英文地址则刚好相反，是由小到大：×号×路（Road），×区（District），×市（City），×省（Province），×国。地名专有名称部分（如“黄岩区”的“黄岩”部分）应使用汉语拼音，且需连写，如 Huangyan 不宜写成 Huang Yan。各地址单位间要加逗号隔开。因此，完整的地址由：行政区划+街区名+楼房号三部分组成。

地址翻译的方法有如下几种。

（1）由普通名词构成的地名常常采用音译法。例如：

【例】Manhattan Avenue （曼哈顿大街）

Victorian Street （维多利亚大街）

（2）也有些普通名词构成的地名采用意译法，如：

【例】Riverside Drive （河边大道）

West Park Ave. （第五大街）

（3）有些英文地名，路名已经有约定俗成的译法，在翻译时采用已经接受的译法，以免产生歧义和误解。

【例】San Francisco （旧金山）

Los Angeles （洛杉矶）

Munich （慕尼黑）

此外，英文名片上关于地址的常用缩略词如下：

Apt. (Apartment) 公寓；

Bldg. (Building) 大厦、大楼；

Ave. (Avenue) 大街，大道；

Blvd (Boulevard) 林荫大道；

St. (Street) 街；

Rd. (Road) 路；

Sq. (Square) 广场；

E., S., W., N., (East, South, West, North) 东、南、西、北；

N. E., S. E., etc (Northeast, Southeast, etc.) 东北、东南等。



1.2 名片翻译技巧

语言的交际功能理论上要求我们在名片翻译过程中，一定要真实地反映相关信息，无论是单位部门、职务职称还是地址的翻译都要准确到位，避免误译现象。下面就来介绍名片翻译中存在的问题及处理办法。

名片翻译中令人感到棘手的问题之一就是有关机构社团等单位与部门名称的英译。英文中有许多单位与部门属于功能等值词语，如“医院”(hospital)、“大学”(university)、“售后服务部”(after sales department)等，在翻译时相对容易找到其相对应的词。中文中还有不少属于中国特有的单位和部门，这些词往往带有浓厚的政治、社会和民族文化色彩，在翻译时常常找不到等值的对应词，甚至出现词汇空缺的现象。例如对于“九三学社”，是译为“Nine Three Society”，“September 3rd Society”，还是用拼音法译为“Jiusan Society”？如果翻译时选择不当，就会产生误解的现象，违背了语言的交际功能。此外，中国和英美等西方国家的社会政治体制完全不同，这种文化差异带来的语言差异尤其明显。再加上名片词语的翻译受文体功能的限制，问题就更加突出。各种问题对应的处理方法如下。

1. 定译法 (Traditional Method)

在翻译单位和部门名称时，首先要查阅有关资料，确定是否已经有被大家接受的固定译法。尤其是我国正式对外使用的译名，不宜重译或随便改换。例如对于汉语“部”，常译为“ministry”和“department”，但在使用习惯上，两者分工却不同。中共中央所属各部一般译为“department”，如“统战部”(United Front Work Department)；而国务院各部则译为“ministry”，如“外交部”(Foreign Ministry)、“公安部”(Public Security Ministry)、“民政部”(Civil Affairs Ministry)等。值得注意的是，有些定译的名称虽然不太合理，但已为大家所接受。例如“组织部”通常被译为“Organization Department”。然而组织部的主要功能与英语中的“organization”所表达的含义相去甚远，难以被英美人士所理解。一般的翻译理论在这种情况下要求采用注释或重译的办法来处理。但名片不同于其他语篇，无法加注，只要不影响正常的交际功能，仍可采用定译法来处理。

2. 直译法 (Literal Translation)

当单位、部门名称在被译成英语时，若英语中缺乏对应词，大多数情况下可采用直译法，即把汉语名称逐字译成英语。例如，前面提到的“九三学社”可直译为“Jiusan Society”(《汉英译名词典》，马迎军)。此外，如翻译工作者协会(Translator's Association)、青年联合会(Youth Federation)、组织委员会(Organizing Committee)、教育委员会(Educational



Commission)。在这里要注意是对“委员会”的翻译，与政治党派相关的可译为“committee”，具有行政职能的可译为“commission”。个别词语也可采用直译加音译的方法，如“中国致公党”(China Zhigong Party)，显然，尽管英美等国没有这类单位或部门，但外籍人士看了这些经过直译的名词后至少会了解它是一个党派的名称。

3. 意译法 (Free Translation)

有些汉语在英语中难以找到对应的词语，便会出现词汇空缺的现象，若采用直译法处理，恐怕会影响原词的含义。此时可采用功能对等意译法，淡化处理。例如对“开发公司”翻译，开发一词可略而不译，如房地产开发公司 (Real Estate Corp.)、物业管理开发公司 (Management of Real Estate Industry Co.) 等。

4. 翻译要灵活准确

在名片翻译过程中，还会常常碰到各种各样的厂家、公司等企业名称，在翻译时一定要酌情处理，使译文规范正确。例如，汉语“宣传部”中的“宣传”可译为“propaganda”和“publicity”等词，处理时应根据宣传本身的功能而定。若是党团组织和政府部门的宣传部，宜选用带有政治色彩的词，译为“Propaganda Department”或“Information Department”；若是一般社团中的组织中的宣传部，其职能有所不同，可译为“Publicity Department”。

1.3 名片翻译例析

英文名片：

	Filmon Hardware, Inc.	
	John Taylor Sales Manager	
<hr/>		
FHI Building	Tel: 2976 3322	
725 Oak Park Avenue	Fax: 2976 3322	
San Diego CA 91023	E-mail: johnraylor@fhi.com	

翻译成中文名片：



斐尔蒙五金产品公司	
	约翰·泰勒
销售经理	
<hr/>	
加州圣地亚哥市	电话: 2976 3322
橡园大街 725 号 FHI 大厦	传真: 2976 3322
邮编: 91023	电子信箱: johnraylor@fhi.com

该名片在翻译成中文过程中采用了直译法，意译法。




Part II 项目任务

Task 1 名片设计（根据提示信息设计名片）

威廉·史密斯是位于纽约彩虹路半岛中心的五月多媒体有限公司的副总裁，电话是 23167175，传真是 23101212，电子信箱为 ws@mayml.com，邮编是 422210。

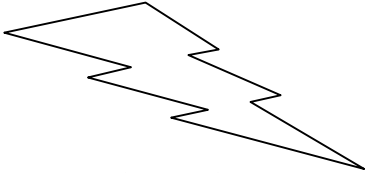
Notes: 五月多媒体——May Multimedia。

<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	

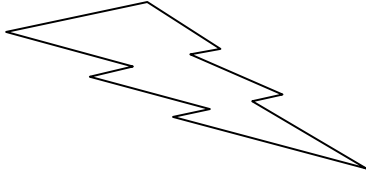


Task 2 名片英汉互译

1. 名片英译汉

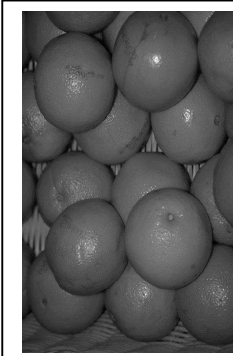


MJ RESEARCH
CO.LTD
Andrew Carter
Technical Engineer
23 Bridge Street
Watertown, MA 11222
Tel: 614-956-5566
Fax: 614-956-3232
E-mail:ac@mjresearch.com



Notes: Bridge Street Watertown, MA——马萨诸塞州水镇桥街

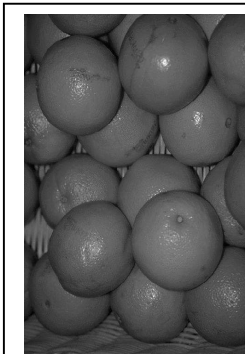
2. 名片汉译英



泰森食品有限公司
海伦·琼斯
销售代表
伦敦维多利亚女王大街 23 号
邮编: 223346
电话: 800-11111
传真: 800-22222
电子邮箱: helen@tyson.com



Notes: 维多利亚女王大街——Victoria Street。





Part III 项目训练

1. 将下列英语职务翻译成汉语。

- (1) CEO (Chief Executive Officer)
- (2) CKO (Chief Knowledge Officer)
- (3) COO (Chief Operating Officer)
- (4) CFO (Chief Finance Officer)
- (5) CIO (Chief Information Officer)
- (6) Marketing Consultant
- (7) Advertising Manager
- (8) Project Manager
- (9) Assistant Personnel Officer
- (10) Director of Human Resources

2. 将下列部门翻译成汉语。

- (1) Board of Director
- (2) General Manager Officer
- (3) General Office



- (4) Administration Dept.
- (5) Sales Dept.
- (6) Accounts Dept.
- (7) R. & D. Dept.
- (8) After-sales Dept.
- (9) Finance Dept.
- (10) Q & C Dept.

3. 将下列商号翻译成汉语。

- (1) Ericsson
- (2) British Airways PLC.
- (3) Allied Food Industries Co.
- (4) The First Boston Corporation
- (5) Manhattan Associates, Inc.
- (6) Computer Associates International
- (7) Federal Insurance Company
- (8) Canada National Investment Inc.
- (9) HON Industries
- (10) American President Lines Ltd.

4. 根据信息提示设计英文名片。

Mr. James Green works in Green Industries Inc.

He is the General Manager (总经理) of the company.

His telephone number is (01)306-824-4556.

His fax number is (01)306-821-9866.

His company is located at 999 Park Avenue, Rockford, IL 61265, USA.

His E-mail is gj@green.industries.com.



Part IV Useful Words and Expressions

名片上常用的有关缩略词

Road: Rd. (路)

Street: St. (街)

Avenue: Av. (道)

Building: Bldg. (大楼)

Floor: Fl. (楼)

Room: Rm. (室)



Apartment: Apt. (公寓)

Company: Co. (公司)

Corporation: Corp. (公司)

Incorporated: Inc. (有限的)

Company Limited: Co., Ltd. (有限公司)

Address: Add. (地址)

Telephone: Tel. (电话)

Home phone: (H) (住宅电话)

Office phone: (O) (办公室电话)

Teletype exchange: Telex (电传)

Facsimile: Fax (传真)

Electronic mail: E-mail (电子邮件)

Cable address: Cable (电报挂号)

Beeper: BP (传呼机)

Mobile phone: M.P. (手机)

Post code: P.C. (邮编) (英国英语)

Zip code: Zip (邮编) (美国英语)

Post office box: P.O.B. (邮政信箱)

Module 2

Trademarks



Part I 项目准备

2.1 商标简介

商标（trademark）与商品密切相关，它是商品经济的产物，是随着商品经济的发展而发展衍生出来的。商标在现代人的生活中是个非常熟悉的词语，因为商标与商品有关，它无处不在。优秀的商标往往融合了商业目的、商业文化、商业心理和商业艺术等多种因素，在商业实务中有重要作用：一个高度概括商业实体的名字，如“广东健力宝集团有限公司”能加深公众对它的认识与了解；一个充满诗情画意的菜式雅名，如“江南白花鸡”，既可诱发公众的食欲，又能让人在大饱口福之后回味无穷。因此，商标所负载的语言艺术及对受众的感召力所带来的的是无限的经济价值。

2.1.1 商标的概念与特点

汉语中原来并没有“商标”一词，该词是由英语中的“trademark”翻译而来，过去曾被翻译为“牌”、“商牌”、“货牌”等。世界知识产权组织（WIPO, World Intellectual Property Organization）将“商标”定义为：“用来区别某一工业或商业企业或这种企业集团的商品的标志。”《现代汉语词典》将“商标”定义为：“一种商品表面或包装上的标志、记号（图画、图案形文字等），使这种商品和同类的其他商品有所区别。”《辞海》将商标定义为：“企业、事业单位和个体工商户对其生产、制造、加工、拣选或经销的商品所使用的标志。一般用文字、图形或其组合，注明在商品、商品包装、招牌、广告上面。”

综合上述定义，可以知道商标有以下几个特点：



- (1) 商标是商品或商品包装上的标志。
- (2) 商标用来区别相似商品。
- (3) 商标的构成成分是文字、图形或其组合。

经过登记注册的商标，受相关法律的保护。为了表示商标经过登记注册，通常在商标的右上角或左上角加上 TM 或®。

2.1.2 品牌与牌子

这里所说的“牌子”或“品牌”，英语单词是“brand”，该词的原意是指生产商烙在木桶、箱子或其他商品上的标志。其实品牌或牌子有时就是指商标。换言之，商标是经注册的品牌。当今世界人们非常看重商品的品牌，著名品牌商品的价格与普通品牌商品大不相同。

brand 并不等于 trademark。brand 包括 brand name（品牌名称，即 brand 用语言表达的部分，可以翻译）和 brand mark（品牌标记，即 brand 中可以识别但为非语言的部分，如图案、颜色等，只能复制，不能翻译）。brand 和 trademark 是事物的两个方面，brand 是商业术语，用以区分同类产品；而 trademark 是法律术语，侧重 brand 的法律性，它受到相关法律的保护。

但是，品牌有时不一定就等同于注册商标。曾经有过这样一个故事，某生产商生产的某一品牌的产品深受消费者的欢迎，所以该产品的销售额一直很好，但该厂家却没有到有关的政府机构申请注册商标，而另一家生产同类产品的企业知道这个情况后，抢先申请注册了该品牌，这样前面那家打开产品销路的厂家反而不能使用这个品牌了。

2.1.3 商标的功能

商标一般有以下几种功能：

(1) 吸引消费者。任何商标设计者在设计商标时，心中所想到的都是怎样让自己设计的商标吸引消费者，所以商标的设计必须有与众不同的特色以吸引消费者。

(2) 识别产品。商标必须让消费者识别产品，通过不同的商标识别同类的不同产品。据报道，英国于 1975 年 6 月对 1000 名家庭主妇的抽样调查中，发现将近 50% 的商品是看商标去购买的。据笔者了解，在今天的消费者中，超过半数以上的人在购买商品时特别看重商标，尤其是经济条件较好的家庭、公司的白领等，大多数是以商标选商品。

(3) 联想到产品。商标所反映的信息之一是让消费者一看到商标就知道是什么产品。例如，“Electronision”让人们想到这是一种电器，“Hydromat”则是与水有关的产品。

(4) 广告宣传。公司若要让消费者接受其产品，就必须让他们知道这种产品的存在，



产品形象的建立除了靠产品自身的质量外，很大程度上是通过商标不断地印入消费者的脑中，使该商标变得家喻户晓。

2.1.4 商标的构成

商标词的构成完全取决于商标词设计者的意志、目的。不管是由文字组成、图形组成，还是由文字和图形的组合而成，商标只是一个符号，一个代表某一商品的符号，这些符号本身可能有一定含义，也可能没有任何含义，只是代表某种商品的符号而已。

构成英语商标词的来源主要有三种：源于专有名词、源于普通词汇、源于臆造词汇。

1. 专有名词

英文商标中有很多一部分来源于专有名词，如人名、地名，以及一些有着特殊象征意义的专有名词。

(1) 源于人名的商标。

① 英文的商标，特别是早期的商标，有很多源于公司创始人或产品发明人的姓氏。

【例】 Benz——奔驰 (Karl Benz)

Ford——福特 (Henry Ford)

Colgate——高露洁 (William Colgate)

② 有些商标取自整个人名。

【例】 Mary Kay——玫琳凯

Gianni Klein——范思哲

Pierre Cardin——皮尔·卡丹

③ 有些企业或商品是由两个人共同创造或发明的，因此商标或品牌采用两人的姓氏组合而成。

【例】 Bausch & Lomb——博士伦 (John Jacob Bausch 和 Henry Lomb)

Rolls-Royce——劳斯莱斯 (Charles Rolls 和 Henry Royce)

HP——惠普 (Bill Hewlett 和 David Parkard)

④ 有些商标是由人名稍加变化而来的。

【例】 Wal-Mart——沃尔玛 (Sam Walton)

McDonald's——麦当劳 (Richard McDonald 和 Maurice McDonld)

Revlon——露华浓 (Charles Revson)

⑤ 有些商标没有采用发明者或创始人的姓名，而是采用了具有特殊含义的人名，如神话传说中的人名、影视文学中的人名、历史名人的姓名等。

【例】 Nike——耐克 (希腊神话中的胜利女神)



Daphne——达芙妮（希腊神话中的月桂女神）

Ariel——碧浪（莎士比亚剧本《暴风雨》中的精灵）

Lincoln——林肯（美国第 16 任总统）

（2）源于地名的商标。

① 一些商标是以公司的所在地、著名的风景名胜或商品的原料产地为名。

【例】 Avon——雅芳（莎士比亚的故居 Stratfort-on-Avon 的河流名）

Marlboro——万宝路（美国新泽西州的 Marlboro 城）

Kentucky——肯德基（美国的 Kentucky 州）

② 除了真实地名外，有些商标也采用文学作品或神话传说中的虚构地名为名。

【例】 Shangri-La——香格里拉（美国作家 James Hillton 的小说 *The Lost Horizon* 中的地名，风景宜人，犹如世外桃源）

Avalon——亚洲龙（西方传说中的极乐花园，亚瑟王和他的圆桌骑士们长眠的美丽小岛）

Olympus——奥林巴斯（希腊神话中的诸神寓居之所）

（3）其他专有名词。一些商品采用具有一定象征意义的专有名词作为商标和品牌，来引起消费者的联想，达到促进销售的作用。例如，Quaker Oats（桂格燕麦）的商标源自基督教新教的贵格会（又称公谊会或教友派）。Carlton 原是英国保守党俱乐部，以富丽豪华而闻名，因此作为 Ritz-Carlton（丽嘉酒店）的商标非常合适。

2. 普通词汇

英文中的名词、动词、形容词、数词都可以单独或组合构成商标。

（1）由名词构成的商标。

【例】 Apple——苹果（计算机）

Tide——汰渍（洗衣粉）

Ivory——象牙（香皂）

（2）由动词构成的商标。

【例】 Safeguard——舒肤佳（香皂）

Rejoice——飘柔（洗发水）

Joy——喜悦（香水）

（3）由形容词构成的商标。

【例】 Extra——益达（口香糖）

Smart——醒目（饮料）

Continental——欧陆（汽车）

（4）由数词构成的商标。



- 【例】 555——三五（香烟）
 Channel No.5——夏奈尔 5 号（香水）
 7-Up——七喜（饮料）

3. 臆造词汇

外国商家也常常杜撰一些词汇作为商标和品牌的名称，以求商标和品牌名称的新颖独特，给消费者留下深刻印象，激发他们的购买欲望，如 Adidas（阿迪达斯）、IKEA（宜家）等。还有一些臆造的词汇是设计者根据商品的特点、性能和美学等因素，利用组合、缩略、拼缀、变移、词缀等方法创造出来的。这些词在国际市场上容易注册，且比较灵活，大都具有提示商品信息和品牌形象的功能。在人们熟悉的一些国际著名品牌中，以这类新创词命名的例子数不胜数。

（1）组合法是把两个或两个以上的词不加变化地组合成新词。

- 【例】 Microsoft——微软（软件）
 Clean & Clear——可伶可俐（化妆品）
 Sunmaid——阳光少女（食品）

（2）缩略法是对原来的单词或词组进行整合，缩略其中的一部分构成新词。

- 【例】 IBM——International Business Machines（计算机）
 BMW——Bavarian Motor Works（汽车）
 NEC——Nippon Electric Company（电器）

（3）拼缀法是用两个或两个以上能描绘商品用途、性能、特点的词，取其主题，根据一定的原则混合成新词。这是臆造的商标和品牌设计中经常使用的方法，成功的设计有很多。

- 【例】 Contac——康泰克，药品（continuous + action）
 Quick——昆克，墨水（quick + ink）
 Duracel——金霸王，电池（durable + cell）

（4）为了突出商品的特点，商标通常选用能直接描绘出商品特征的词汇。但为了符合商标法的规范，设计者往往采用变移的方法，对这些词汇的拼写或书写进行变化。通常变化出的新词与原词有一定的联系。

- 【例】 Reeb——力波，啤酒（beer）
 Kompass——康百世，机械仪器（compass）
 Up2U——由你，化妆品（up to you）

（5）有些商标是利用词汇的前缀或后缀来合成新词，这类词也具有表达某种特殊内涵的功能。

- 【例】 Unilever——联合利华（日用品）
 Nutrilite——纽崔莱（保健食品）
 Band-Aid——邦迪（创可贴）



2.2 商标翻译中应遵循的原则及常用的翻译方法

2.2.1 商标翻译应遵循的原则

商品要销往不同的国家和地区，因此商品名称需要照顾到不同类型、不同程度的文化差异。在商标翻译中，译者处理的是个别的词，但面对的却是不同的文化。面对激烈的竞争，要想译出音意俱佳、具有广阔市场前景的商标名，翻译者需要遵循以下翻译原则。

1. 尊重和把握民族心理差异，洞察译名联想意义

民族心理是各个民族在长期的历史演变过程中，在民族文化方面不断积淀而成的心理特征。由于各民族生态环境、演变历史、宗教信仰、政治经济等方面存在差异，所以必然会呈现出不同的心理特征，并由此产生不同的价值观念、联想意义和消费心理。例如，我国很多出口商品商标是以飞禽走兽、花鸟鱼虫来命名的。在翻译此类商标时，译者必须事先了解商品销往国家或地区的文化，洞察译名有可能产生的联想意义。

2. 结合商品特征，反映商品信息

译名必须符合商品本身的性质，体现原文中的定位概念。例如，Procter&Gamble 公司的原译名“宝碱”就不如现在的译名“宝洁”好，后者充分体现了公司所生产的洗涤、护肤、口腔保健品等产品的属性。此外，由于销售商在生产某种产品时都有比较明确的消费层次和销售对象，所以商标翻译还要瞄准其消费群体，译名的发音和用字应尽可能与商品的市场定位及其所面对的消费群体相结合。例如：Vichy（薇姿）、Maybelline（美宝莲）等译名都是针对女性及其爱美心理的。

3. 语言朴实规范，节奏简练明快

商标翻译最重要的目标就是让消费者通过译名来记住所代表的产品，建立长久深远的销售网络。为此，商标译名必须朴实规范，简单易记，形象生动。例如：Head & Shoulder 原译为“海伦仙度丝”，译名很长又让人不知所云，远没有现译名“海飞丝”生动。此外，快餐店 McDonald's 用“麦当劳”代替“麦克唐纳”，英国名车 RollsRoyce 用“劳斯莱斯”代替“罗尔斯-罗伊斯”等，都是使用更好的译名来促进产品的销售。

2.2.2 商标翻译的方法

一般来说，商标翻译中常用的方法有以下几种。



1. 音译法

音译法是商标翻译中常见的翻译方法，根据商标原文的发音特点，直接选用译入语中发音与之相同或相近的文字来将其描述出来。

【例】 汉译英：美加静（化妆品）——Maxam

长虹（电器）——Changhong

回力（运动鞋）——Warrior

乐凯（胶卷）——Lucky

英译汉：Kodak——柯达（胶卷）

Lincoln——林肯（轿车）

Motorola——摩托罗拉（电信产品）

Goldlion——金利来（男装）

2. 意译法

意译法是根据商标原文的含义，直接选用目的语中与之相对应的词语表达出来的翻译方法。在进行意译时，应采用灵活对等的翻译原则，使原商标在被翻译成译入语后，意思与原商标一致或基本一致，且符合商标词简短的特点。

【例】 汉译英：熊猫（电子产品）——Panda

骆驼（香烟）——Camel

皇冠（轿车）——Crown

猴王（茶）——Monkey King

英译汉：Play Boy ——花花公子（服装）

Transformer——变形金刚（玩具）

Elegance——雅致（女装）

3. 音义双关

音义双关即音义兼译，属于补偿式反义手法。这种翻译方法是以原商标的语音为基础，在译入语中找到与原文音相同或相似同时又能反映出产品一定特性的词汇，激发读者做出有益的联想，收到理想的翻译效果。

【例】 汉译英：美乐（电视）——Melody

飘柔（洗发液）——Rejoice

雅戈尔（服装）——Younger

英译汉：Benz——奔驰（轿车）

Crest——佳洁士（牙膏）

Coca Cola——可口可乐（饮料）



4. 转译

转译法用在翻译日本产品商标方面较多。首先将英语译回到日语，然后从相应的日语汉字再转译成中文。

- 【例】 丰田——TOYOTA
铃木——SUZUKI
本田——HONDA
东芝——TOSHIBA

5. 零译或部分译

零译也是商标翻译的一种处理方法。有些商标由于不可译或译出后不自然，便不翻译或翻译商标中的部分内容。

【例】 零翻译：美国的 3M 公司、IBM 公司、WST (World Satellite Terminal) (世界卫星终端公司)。

- 部分翻译：Renny Martin X.O——人头马 XO
L-hoe——L 形平炉
Java Tea——Java 茶

2.3 商标翻译例析

- 例 1 【原文】** (1) 美的 (空调)
(2) 美加净 (化妆品)
(3) 四通 (计算机)
(4) 昂立 1 号 (口服液)
(5) 回力 (运动鞋)
(6) 上海佳怡投资咨询有限公司

- 【译文】** (1) Medea
(2) Maxam
(3) Stone
(4) only One
(5) Warrior
(6) Shanghai Caneasy Investment Consultants Ltd.



点评：本例所选几种商标的英译是采用了音义双关翻译法而得出的译文。以“美加净”的翻译为例，这是一个化妆品的商标名。该品牌得益于汉语的“单字表意”的特点，取“美丽更添干净”之意。如果将它译为“beautiful & clean”，显然不符合商标名简洁的审美特点。这里将其译为“Maxam”可谓构思巧妙，形式上类似回文，发音上接近于原商标，而且其发音效果要同 Maximum 接近，有“最高、极致”之意，且译名拼写简短，首尾都是“M”，在形态上也产生平衡的美感，是一个很成功的商标译名。（顾维勇，2005：78）

- 例2 【原文】**
- (1) 帆船（皮鞋）
 - (2) 孔雀（彩色电视机）
 - (3) 白象（电池）
 - (4) 凤凰（自行车）

- 【译文】**
- (1) Junk
 - (2) Peacock
 - (3) White Elephant
 - (4) Phoenix

点评：在各种语言中，词语的一词多义现象都普遍存在，词语用做比喻义的现象也随处可见。因此，在对汉语的商标名进行英译时，一定要深入了解所使用英文词语的各种意义，尤其是它们的比喻意义或联想意义。在本例中，“Junk”的确有“帆船”的意思，但它同时有“旧货”、“假货”之意。在汉语中，“孔雀”象征着美丽和鲜艳的色彩，但英语民族常视孔雀为污秽、猥亵之鸟，认为会给人带来厄运。汉语中的“白象”没有什么贬义，但英语中的“White Elephant”却有“大而无用的东西”、“累赘”之意。汉语中的“凤凰”象征着“吉祥、富贵”，可在英美文化中，“Phoenix”却有“死里逃生”的联想意义。因此，所有这些英译名均不适合作为商标名称。

- 例3 【原文】** Nike, Puma, Reebok
- 【译文】** 耐克，彪马，锐步

点评：三个商标都采取了音译，但却尽量发掘出了传神的字词意义。品牌均为两个字，短小精干，朗朗上口，便于记忆，体现了体育服饰的结实与耐用。

- 例4 【原文】** 西凤酒清澈透明，香气浓郁，醇厚绵柔，回味悠长，别具一格。饮后令人神智清爽，有通胃祛劳之功，历来为广大群众所喜爱。

- 【译文】** Limpid and transparent, fragrant and aromatic, rich and undiluted, Xifeng Liquor presents a lingering taste of unique style. A drink of it will refresh and it has long been favored by people at large because of its ability to whet the appetite and relieve fatigue. (李明 译)



点评: 本例将“西凤”酒以汉语拼音的形式译出。尽管汉语拼音“Xifeng”对西方读者来说不会像汉语原文那样能引起一些联想,但如果全部将该商标名意译出来,英译文就是“Western Phoenix”了,这样翻译不仅文字较长,而且“Phoenix”对于西方读者来说会引起不好的联想(如“死里逃生”)而弄巧成拙,所以不宜用做商标名的翻译。而本例中的英译采用音译方式,不失为一个好办法。



Part II 项目任务

Task 1 商标翻译(根据提示信息翻译商标)

1. 长虹(电器)、春兰(空调)、李宁(运动服)、海尔(空调)、上海春茂制冷设备有限公司、天津丽明化妆品工业公司。

Notes: 在商标名的翻译中,音译法是常用的方法之一。音译法分为两种。一种是用汉语拼音的方式音译;另一种是根据商标原文的发音特点,直接选用英语中发音与之相同或相近的文字来将其描述出来。本题中的这些品牌名称尽管具有形象意义,但它们作为声音的意义更为重要,因此可采用汉语拼音的方式音译。

2. 永久(自行车)、皇朝(葡萄酒)、小天鹅(洗衣机)、乐达(自行车)。

Notes: 本题所选的商标名可采用意译的翻译方法。这些意译的英文商标名在英语中也具有很好的联想意义。

3. Kodak(胶卷), L'oreal(化妆品), Icarlus(洗发水), Adidas(体育用品)。

Notes: 这些商标可采用意译法,这样既可以保留原商标的音韵之美,又可体现出商品蕴涵着的异国情调。

4. Diamond(手表), Blue Ribbon(啤酒), American Standard(洁具)。

Notes: 这几个商标可以采用意译法,中国的消费者是能够明确地了解其中蕴涵的美好含义的。



5. Colgate (牙膏)。

Notes: 这是一个牙膏的商标, 要体现出牙膏能洁白牙齿的信息, 体现出露齿也不怕的信心, 所以最好采用音意结合的方法翻译。

6. BMW (汽车), Crest (牙膏), Ariel (洗衣粉)。

Notes: 这几个商标也要采用音义结合的翻译方法, 既要打破原商标的字面意义, 又要体现出商品的特质。

Task 2 商标英汉互译

1. 商标英译汉。

- Mild Seven (香烟) _____
 Joy (香水) _____
 7-Up (饮料) _____
 Apple (计算机) _____
 Beautyrest (床垫) _____
 Universal (影业) _____

2. 商标汉译英。

- 海尔 _____
 海信 _____
 “雪山”牌羊绒衫 _____
 “玉泉”牌汽水 _____



Part III 项目训练

1. 搭配下列英汉商标。

- | | |
|---------------|--------|
| (1) Rolex | A. 别克 |
| (2) Buick | B. 亨氏 |
| (3) PolyGram | C. 宝丽金 |
| (4) Ericsson | D. 强生 |
| (5) Valentino | E. 爱立信 |



- | | |
|------------------------|---------|
| (6) Lux | F. 力士 |
| (7) Oreo | G. 飞利浦 |
| (8) Philips | H. 劳力士 |
| (9) Heinz | I. 奥利奥 |
| (10) Johnson & Johnson | J. 华伦天奴 |

2. 将下列英语商标翻译成汉语。

- (1) Gillette _____
- (2) NOKIA _____
- (3) Timex _____
- (4) Estee Lauder _____
- (5) Nikon _____
- (6) Canon _____
- (7) Hilton _____
- (8) Poison _____
- (9) Louis Cardi _____
- (10) Pampers _____

3. 将下列汉语商标或品牌译成英文。

- (1) 雅培
- (2) 多美滋
- (3) 沃尔沃
- (4) 福特
- (5) 星巴克
- (6) 迪斯尼
- (7) 西门子
- (8) 宝洁
- (9) 必胜客
- (10) 宝姿



Part IV Useful Words and Expressions

- | | |
|-----------------|---------------------------|
| tide [taɪd] | n. 潮, 潮汐, 潮水; c 潮流, 趋势 |
| ivory ['aɪvəri] | n. 象牙, 乳白色; a. 象牙制的, 乳白色的 |



safeguard	['seɪfɡɑːd]	n. 保卫, 保护措施, 防护设施; vt. 保卫, 保护
rejoice	[ri'dʒɔɪs]	vt. 使欢喜; vi. 欣喜, 高兴, 庆祝
continental	[kɒntə'nentl]	a. 大陆的, 洲的; n. 欧洲大陆人
elegance	['elɪɡəns]	n. 高雅, 典雅, 优雅
phoenix	['fəʊnɪks]	n. 凤凰, 长生鸟, 完人, 完美之物
warrior	['wɔːrɪə]	n. 战士, 勇士, 武士, 战斗, 尚武
diamond	['daɪəmənd]	a. 菱形的; n. 金刚石, 钻石
universal	[juːni'vɜːsəl]	a. 宇宙的, 全世界的; 普遍的, 一般的; 通用的, 万能的

Module 3

Company Introduction



Part I 项目准备

3.1 公司简介

3.1.1 公司简介的概念

公司简介是公司对自身的产品、技术、管理和文化等各个方面进行自我介绍的说明性文字材料。公司简介更注重展示公司的形象，它往往是对公司的整体情况加以综合，进行比较全面系统的介绍。其目的是通过简介让消费者充分认识和了解公司，增强公司的信誉度和美誉度，以谋求更加广泛的合作与发展前景。

3.1.2 公司简介的功能

公司简介是“呼唤型”文本，属于广告的范畴，目的是对外宣传公司形象，用最直接有效的方式让国外读者或消费者了解自己。它的语言必须精练而生动，富有吸引力，行文布局必须富有特色，符合读者的经验和反应，达到传递信息、唤起读者感应和行动的目的。

3.2 公司简介的结构特点

从内容上看，公司简介包括：①公司背景；②服务或产品；③公司结构；④经营范围；⑤近期重大发展；⑥合作邀请。前5项多采用信息功能语言，但也不乏自我宣传色彩，第6项则都使用呼唤功能语言。在营销传播意义上，公司简介是一种公关宣传手段，现代营



销的核心是以顾客为中心，公司简介的读者对象为目标受众（target audience），因此其语言应充分考虑受众特点，根据顾客为中心的理念来组织语言；从文体上看，公司简介是说明书的一种，属于外贸应用文文体；从语篇类型上看，公司简介属于“信息+鼓动”类语篇，起着宣传介绍的功能。预期译文功能是在译语语境中使译文读者对该公司及其生产的产品留下深刻印象，最终达到促其购买产品的目的。一份公司简介，除概要性地介绍公司的情况外，对其产品也应做简略的宣传。

3.3 公司简介的语言特点

公司简介不同于一般的说明书，具有自己的语言特点：

（1）公司简介的语言以简约为上，要言不烦，读起来朗朗上口，让读者对该公司有全面而深刻的了解。

【例】 The Globe Union has been growing dramatically over the past ten years.

译文：十年深耕，成就非凡。

（2）公司简介的用语一般比较程式化。其内容主要包括经营宗旨、业务性质和范围、公司背景、历史和经营成就等。公司简介的语言力求准确、平实、简明、精练，运用专业术语和习惯用法，注意科学性和逻辑性，又要考虑说明书的具体要求，尽量浅显确切，提供实质性信息。

（3）公司介绍经常使用一些标语口号式的文字，以起到宣传介绍的功能。这类文字一般位于正文结尾，多为一个词、一个短语或一句话，具有简短、醒目的特点，起到画龙点睛的作用。标语口号式的文字在汉语中常常是主谓结构，但英语中则习惯用名词结构。

【例】 质量第一，信誉第一，服务至上，平等互利。

译文：Quality Primacy, High Reputation, Service Supremacy, Equality and Mutual Benefit.

【例】 严管理，高品质，讲信誉，重服务。

译文：Strict Management, Superior Quality, Stressing Reputation and Paying Attention to Service.

【例】 质优高效，客户满意。

译文：Well Quality, High Efficiency and Client Satisfaction.

【例】 团结、拼搏、务实、创新、奉献。

译文：Unity, Striving, Hardwork, Creation and Dedication.

英国文豪莎士比亚说过：“Brevity is the soul of wit（言贵简洁）”。用名词结构来翻译标语口号式文字不仅符合英语表达习惯，而且使译文显得简洁、精练。



3.4 公司简介的翻译技巧

3.4.1 公司简介翻译的原则

不同的翻译均含有不同的翻译要求，应将翻译的一般原理与具体的情况相结合。公司简介的翻译更是如此。对原语的理解是翻译的首要因素。公司简介的语言特点要求在翻译过程中必须以“信”为前提，以“简”、“达”为标准，力求“雅”。在从事公司简介汉英翻译的过程中，要把握真实性、群众性等原则，准确传达信息，并使之符合对方文化的特点。良好的公司简介翻译可以达到信息的等效性。在翻译过程中，有时也会遇到汉语原文本身不是十分精练的情况，这样就加大了翻译的难度，需要译者根据自己的理解，在译文中准确传递信息。此时可以采取适当的补译、增补，使译文整体效果上不脱离原文的本意，又符合英文的特点，达到等效传递。只要采取灵活又不脱离原则的、务实的翻译态度和方法，就可以解决公司简介汉语翻译中的问题，使公司的宣传获得比较好的效果。

3.4.2 公司简介翻译的方法

对公司简介的翻译要力求准确，做到完整全面，这样才能真正克服语言障碍，促进贸易发展。翻译公司简介的最好方法是站在客户的立场上，以平实的语调、简洁的措辞，翻译出公司的核心内容，如公司性质、股东情况、注册资金等，一些水分多的宣传词可以删去。简洁、达意、交代清楚公司的基本内涵是翻译此类企业资料的基准。

(1) 要求忠实于原文。通常采用的方法为直译法，将句子按字面意思直接翻译过来。

【例】 In 2002, the group was listed as the 114th of top 500 enterprises in China.

译文：2002 年，该集团公司在中国企业 500 强中名列第 114 位。

(2) 要求通顺易懂，符合规范，杜绝文理不通、结构混乱、逻辑不清的现象。应做到以下几点：

- 符合语言规范；
- 符合语言习惯；
- 避免死译、硬译；
- 符合时代特点。

【例】 Founded in 1979, Harbin Zhengda Group is a large corporation focusing on construction and development of real estate.

译文一：成立于 1979 年的哈尔滨正大集团是以建筑及房地产开发为主的企业。



译文二：哈尔滨正大集团成立于 1979 年，是以建筑及房地产开发为主的企业。

比较这两种译法，第一种更符合语言规范和习惯。

(3) 注重保持原文的风格，用词准确。由于民族风格、文化背景、时代特点、经营特色和产品特点等各不相同，这就要求在翻译过程当中要深入了解所介绍公司的情况，抓住特色要点，正确表达。必要时可采用意译法。

【例】 Haier was ranked 95th after such household names as Coca-Cola, Mc Donald's and Nokia, which were the top three.

译文：海尔排名第 95 位。而在该排行榜上，可口可乐荣登榜首，麦当劳排名第二，诺基亚排名第三。

这句的翻译就是将句子结构进行了转换，使意思的表达更加清楚，同时也起到了强调的作用。但不能“自由创作”，在保持译文内容正确的同时，要注意译出相应业务文献的文体风格。

(4) 对公司的介绍的翻译要使用相对正式的语言，用词要多以褒义词或中性词为先，但不能夸大，涉及的数据要准确。

【例】 The Group has a general assets of 12.1 billion RMB, annual turnover 11.7 billion RMB and annual trading value 3 billion RMB.

译文：该集团现有资产总额 121 亿元，年营业额 117 亿元，年经贸额 30 亿元。

(5) 公司简介多使用的一些固定句型。

- be established... (创建于……)
- be founded... (创建于……)
- be incorporated... (合并于……)
- be involved in... (涉及……)
- be listed as the... [被列入 (跻身于……)]
- be located in... [位于 (坐落于)……]
- be named one of the world's 100 most recognizable brands in a global name brand list edited by the World Brand Laboratory.
(被世界品牌实验室命名为世界最具影响力的 100 个品牌之一)
- be ranked...which were the top three (跻身前三甲)
- have a general assets of... annual turnover ... and annual trading value... (拥有资产总额……年销量……年贸易额……)
- manufacture a wide range of... (生产一系列的……)

(6) 为了唤起读者感情来接受信息和采取行动，翻译时，一定要选择富有鼓动性的词，如：

【例】 南京化学厂具有近四十年的建厂史，是轻工部定点生产牙膏的中型企业，现为省级企



业，具有生产牙膏 8000 万支以上的生产能力。

译文：The Nanjin Chemical Plant (NCP), specializes in making toothpastes, and has a production capacity of eighty million tubes a year. It prides itself on a history for nearly forty years and its present position of ranking among the top enterprises of toothpastes-making in Jiangsu Province.

原文中的“有近四十年的建厂史”若简单译为“have a history of nearly forty years”译文将显得平淡乏味，不易给读者留下印象，在译语语境中也就达不到宣传的功能。译文应用拟人法，选择富有鼓动性的词组“pride...on”吸引读者的注意力，是个成功的译文。

【例】拥有雄厚的技术力量……

译文：Boasting tremendous technological strength...

“Boast”在这里要比“have” or “with”更具鼓动性。

【例】该厂最近又开发出真珠牙膏系列产品，受到消费者的青睐。

译文：The Pearl King, the latest achievement of NPC, is very well-received by customers at home and abroad.

译文巧用“achievement”一词，突出新产品的影响，较好地达到广告宣传的效果。

(7) 公司简介常由零句组成，一个短句接一个短句，流泻铺排，形散神聚，呈典型的流散形句式，然而英语讲求结构的完整和严密。因此，翻译时常常要把一个由数个零句分散组成的汉语句子缩合成完整严密的英语句子。在公司简介英译中普遍采用的手段有：

① 以“with”引导的介词短语。

【例】彩虹集团公司下属 20 多家公司，总资产达 8 亿元人民币……

译文：There are altogether 20 sub-companies under it with a total asset of 8.7 billion RMB Yuan...

② 现在分词和过去分词。

【例】珠海迪蒙贸易有限公司是经珠海市外经委批准成立的具有进出口经营权的法人企业。

译文：Approved by the council of Foreign Economic Relations and Trade of Zhuhai; ZHUHAI DEMEN TRADING Co. LTD is a foreign trade enterprises, possessing the state of legal body.

③ 从句

【例】公司环境优美，设备先进。拥有中国第一条年产三十吨核酸花粉合剂的现代化生产线。

译文：...the corporation is equipped with advanced facilities, among which is China's first modern production line...



3.5 公司简介文案及其翻译例析

早在 1500 年前的南北朝时期，汾酒就因为作为宫廷御酒受到北齐武成帝的推崇而一举成名，并被载入廿四史。晚唐大诗人杜牧的千古绝唱“借问酒家何处有？牧童遥指杏花村”使汾酒再度成名。（选自汾酒集团公司简介）

As early as 1500 years ago, Fenjiu Liquor had its glamour when it was p raised by the emperor as Royal Liquor in the Northern Qi Dynasty. In the Late Tang Dynasty(1200 years ago), Fenjiu Liquor was more famous than ever before because of a poem entitled Qingming (see the note below), which says, “When asked for a wine shop to drown his sad hours, a cowboy points to Xinghuacun, a hamlet amid apricot flowers.” From then on, Xinghuacun has become a synonymous with Fenjiu Liquor that is full of aroma and mellowness. (Note: Qingming is a festival when Chinese traditionally pay homage to their ancestors.)

该公司简介巧妙引用唐诗，突出了汾酒的优良品质、悠久历史以及它在中国酒文化中的重要地位。由于酒文化是华夏文化的重要组成部分之一，所以为了宣传中国文化，译者应考虑到西方消费者信道容量相对狭窄的情况，采用加注的方式解释清明节并翻译这句唐诗。这样不仅能帮助西方消费者了解该酒，也能促使他们了解中国酒文化，刺激其购买欲望。



Part II 项目任务

Task 1 根据信息提示翻译并完成下面的公司简介

1. 北京工美集团……开展“三来一补”业务。

Note: “三来一补”是指来样加工、设计加工、来料加工、补偿贸易。翻译时要把它的内容翻译出来，使信息明朗化，以利于信息交流。

2. 公司已建成 2 个住宅小区，建筑面积达 8 万多平方米。

Note: “达”在汉语中是动词，在此需要借助“with”的介词短语。

3. 宾馆房间宽敞舒适、格调高雅、设备齐全，有中央空调、录影及音乐系统。有可供各种会议使用的大型会议室。

Notes: 汉语原文中的动词“有”译成英文时用“with...”来译出。

4. 侨兴公司现有员工 2000 多名，其中技术人员和管理人员 200 多名。



Notes: 汉语原文中的“其中”引导的是插入语,“200 多名”作为插入语中的复合谓语用,而译成英语时则用非限定式定语从句。

5. ××矿泉水饮料厂位于菠萝山内,1989 年投资 380 万元,引进国外先进设备建成投产,年产量 4000 吨矿泉水。

Notes: 原文中的“位于”和“建成投产”在汉语结构上为主动句,而含义上是被动句,译成英文时则必须按被动语句来译。

6. ××厂是我国最大的以生产高档衬衫为主的服装专业厂家。拥有 20 世纪 90 年代的世界先进设备 1480 余台(套),员工 1600 多人,日生产能力为 15000 件,年产值近 2 亿元。

Notes: 汉语中的定语“以生产高档衬衫为主的”在这里变换成英语中的过去分词后置作为定语。

7. 总公司下设 6 个分公司和 2 个联营性公司。目前总公司已建成 6000 平方米建筑面积的新大厦。

Notes: 省略也是汉译英实践中的常见现象。一般是将上下文意思已表达清楚而多余的词语删去。这里要运用删减的方法。

8. 可与目前世界畅销的美国“山谷”、法国“意凡”牌矿泉水相媲美。

Notes: “可与……相媲美”在汉语原文中根据语境省略了主语,但是在翻译时要加上相应的主语使句子完整。

9. 具有采、编、录、出版、加工、发行多种业务功能,现有固定资产 1600 多万元。

Notes: 该句原文没有主语,需要使用增译的方法。

10. 上海通用汽车旗下各系列产品含有多项先进技术,在安全性、动力性、舒适性和环保方面表现优越,不仅在各自的细分市场中处于领先地位,并且树立起新的标杆。(选自上海通用汽车有限公司企业简介)

Notes: 该中文简介中的“处于领先地位”和“树立起新的标杆”意思大同小异,语义重叠,译出其中一个词组即可。

Task 2 根据信息提示和注释,把下面两则公司简介分别译成汉语和英语

1. Shenzhen Taikong Gift Co., Ltd

This is a jointly-ventured comprehensive economic entity, and the first domestic enterprise



which specializes in producing and dealing with different kinds of high grade and intermediate choice gifts and souvenirs, tourist souvenirs and serial appliances for guestrooms in hotels. The company is broad in scale, and is equipped with solid technical forces. Machines and raw materials are imported, while products are designed and produced by local forces. The company provides satisfying gifts and souvenirs in appropriate prices. The company will whole-heartedly provide high quality products and services. Our symbols will guarantee the quality and our prestige.

Add: B15/F, International Trade Center, Shenzhen

Tel: 64528118, 67598443

Cable: 3229

Fax: 64028484

Notes: jointly-ventured 合资

分析：通过语法分析，可以获得这个语篇底层命题是“The company is a jointly-ventured company and specializes in producing and dealing with gifts and souvenirs”。从“及物性”系统理论来选择一个轮廓的话，可以得到三个清晰的小命题：第一，该企业是一家合资企业，主要经营旅游、纪念品；第二，该公司的经营和生产有巨大优势；第三，该公司的经营理念。第一个和第二个命题是物质过程，而第三个命题是关系过程。在第一和第二个命题中，行为的动作者都是该公司，事件或者动作目标不同；而第三个命题体现出一种紧连式的关系过程。

2. 近年来，康佳“内地—深圳—海外”三点一线的生产经营格局取得了突破性的发展，在国内东北、西北、华南、华东、西南分别建立了五大生产基地。同时，集团按照国际先进模式建立了市场导向型的管理体系，具备一流的生产、营销、环保控制手段和完善的测试系统，在全国彩电行业首家获得 ISO 9001 质量管理体系和 ISO 14001 环境管理体系国际、国内双重认证，彩电、冰箱被国家质量技术监督局列为首批免检产品。除了荣获“中国驰名商标”外，康佳还荣获“中国十佳绩优上市公司”、“中国技术开发实力百强企业”、“全国质量效益型先进企业”等称号。

分析：有些公司为了体现自己的实力，详细介绍公司的规模和获奖情况。这会给不了解中国奖项情况的外国读者带来阅读和理解上的困难。此时，译者最好简化译文而不是把原文全部翻译出来。



Part III 项目训练

1. 根据对应的翻译填出适当的词汇。

(1) 中国冶金进出口上海公司是国营专业外贸企业, 经上海市工商管理部门注册登记, 工贸一体、技贸结合, 具有法人地位。

Being a legal _____ registered with Shanghai Municipal Administration for Industry and Commerce, China Metallurgical Import & Export Shanghai Company (CMIESC) is a state-owned specialized foreign trade enterprise. It practices _____ of _____ with trade and of _____ with trade.

(2) TCL 集团股份有限公司创办于 1981 年, 是一家综合性大型国有企业。经过 22 年的发展, TCL 集团从一个制作音像磁带的小型地方工厂发展成为自主经营 (不用国家资本投入) 的大型企业, 年销售额超过 30 亿元。如今 TCL 集团已成为国内外知名企业, 在多媒体电子、家用电器、通信设施、信息以及电工等许多领域都有所发展。同时 TCL 集团一直稳步发展, 在过去十年中以 47% 的复合年增长率不断增长, 是增长速度最快的工业制造企业之一。目前, TCL 涉及的家电、通信设施、信息以及电工四大主导产品都居国内同行前列。从整体上看, TCL 集团在全国知名电子信息百强企业中列第 4 名, 2002 年其品牌价值达人民币 18.769 亿元。2002 年 TCL 集团销售总额达人民币 31.9 亿元, 出口创汇 1.16 亿美元。同时 2002 年 TCL 产生利润人民币 1.5 亿元, 纳税人民币 1.9 亿元。

TCL Corporation is a comprehensive _____, _____ in 1981. 22 years has _____ that TCL has become an enterprise with annual sales _____ 30 billion from a small audio cassette-made, local factory, into which without _____ plunging. Now, TCL is well-known from home to abroad, and has developed in many areas such as Multimedia Electronics, _____, Telecommunication Equipment, Information Components, and Electronics Components. Moreover, TCL has undergone a period of substantial progress, and is one of the fastest-growing major industry manufactures, having racked up a compound annual growth rate of 47 percent in the past decade. Today, all the four _____ lead the tide in their fields. As a whole, TCL is ranked four in a rating for the China 100 prestigious Electronics & IT enterprises and TCL _____ in 2002 reached RMB 18.769 billion. In 2002, the TCL Group had total sales of RMB 31.9 billion and export _____ came to US \$1.16 billion. TCL also generated a _____ of RMB 1.5 billion in 2002, and paid RMB 1.9 billion in taxes.

2. 将下列句子翻译成汉语。

(1) According to "Financial Times", this group was ranked the second most competitive



steel producer globally.

(2) NJSCO is located in the northern suburb of Nanjing City, Jiangsu Province, covering an area of 3.54 million square meters, with Yangtze River in the south, Ning-Yang in the west.

(3) Shanghai Baosteel Group Corporation (Baosteel), the largest steel producer in China, sets foot in diversified industries such as trade, finance, equipment manufacturing, information, chemical industry and etc.

(4) The core of Sunshine's development is study, innovation and pursuit of the first-class of the world.

(5) The crankshaft company is the biggest crank shaft manufacturer in the northeast region and the products are marketed in America, Japan and Singapore etc. , and more than 30 cities in the country.

3. 将下列句子翻译成英语。

(1) 太原钢铁集团有限公司（简称“太钢”）成立于 1943 年。

(2) 至 2001 年年底，太钢资产总额达 23.711 亿元，钢年生产能力达 400 万吨。

(3) 四川长虹电器股份有限公司（Sichuan Changhong Electric Co., Ltd.）总部位于“中国科技城”——四川省绵阳市。

(4) 泰山电器有限公司位列中国企业 500 强第 121 位。

(5) 王氏集团是由家电、信息、通信三大领域组成的现代企业集团。

4. 将下面的公司简介翻译成英语。

瑞安地产有限公司 [Shui On Properties Limited (SOP)] 原为瑞安集团旗下的主要房地产发展公司，1985 年起已在中国内地发展业务，在内地市场拥有近二十年的经验。自集团于 2004 年把内地的主要地产发展项目注入于新成立之瑞安房地产有限公司后，瑞安地产现



时主要从事地产投资，在中国香港、中国内地及纽约均有投资项目。

瑞安地产的主要地产投资项目包括：

*上海瑞安广场及城市酒店

*香港瑞安中心

*纽约曼哈顿区“Riverside South”地产发展项目（占20%权益）



Part IV Useful Words and Expressions

supremacy [sju'preməsi]

n. 至高无上，霸权地位，优势，至上

brevity ['breviti]

n. 短暂，简短

turnover ['tə:n,əuvə]

n. 翻倒，翻转，半圆酥饼，营业额，流通，周转 [经]
营业额，周转额，周转率

hamlet ['hæmlit]

n. 小村，部落

apricot ['eiprikət]

n. 杏子，杏树，杏黄色；a. 杏黄色的

aroma [ə'rəumə]

n. 浓香，香气

entity ['entiti]

n. 实体，实存物，存在 [经] 个体，实体

intermediate [ˌɪntə'mi:diət]

n. 中间物，调停者，中级；a. 中间的，中级的；vi. 起
媒介作用 [经] 中间价，中转港，中间人

souvenir [ˌsu:və'niə]

n. 纪念品

absorption

合并

access to a market

进入市场（权）

active assets

活动资产，流动资产

active balance

（国际收支、贸易）顺差

barred market

封锁的市场

estate

不动产，财产

human resources

人力资源

intellectual property rights

知识产权

joint venture

合资企业

net asset

净资产

president

总裁

service paramount

服务至上

transnational corporation (TNC)

跨国企业

Module 4

Product Introduction



Part I 项目准备

4.1 产品说明书简介

随着我国经济蓬勃发展以及对外开放步伐的日益加快，国内各品牌产品纷纷抢滩国际市场，国外众多品牌也瞄准了中国市场。在这一过程中，说明书的翻译扮演了至关重要的角色。产品说明书的翻译要结合说明书自身的语言特点，也要注重信、达、雅。因为产品说明书是产品广告宣传的一个重要组成部分，若产品说明表达不当，会给用户、消费者造成误解，引发产品质量责任纠纷等。

4.1.1 产品说明书的定义

产品说明书是对商品的性能、用途、使用 and 保养方法以及注意事项等作书面介绍的文书，又叫商品说明书。产品说明书在英语中通常有 4 种说法，即“introduction（介绍）”、“instruction（使用指导）”、“direction（指示，用法说明）”、“description（说明书）”。

根据内容和用途的不同，可分为民用产品说明书、专业产品说明书、技术说明书等。根据表达形式的不同，可分为条款式说明书、文字图表说明书等。根据传播方式的不同，可分为：包装式，即直接写在产品的外包装上；内装式，将产品说明书专门印制，甚至装订成册，装在包装箱（盒）内。

4.1.2 产品说明书的结构

产品说明书品种繁多，不同商品的说明书内容及特点也不尽相同。一般来说，商品说



说明书包括以下几个部分：

- (1) 商品的特征、功能和成分；
- (2) 安装/使用/服用/饮用/食用的方法；
- (3) 注意事项；
- (4) 主要性能、指标及规格。

4.1.3 产品说明书的功能

商品说明书应实现如下几种基本功能：

- (1) 信息功能，即向读者说明产品的功能、有效期等基本信息的功能，帮助和指导消费者正确地认识、使用和保养商品。
- (2) 美感功能，读者从译文的描述中可得到美的感受，所以翻译时应注意传达原文中的美感。
- (3) 呼唤功能，即吸引消费者采取购买行动的功能。

4.2 产品说明书样例

欣赏下面的产品说明书并体会语言特点。

Product Introduction

Features of product

Luxury wide door series, European optimized man-machine design. No door handle, open it by pulling of the door edge.

High energy saving. Phasing in high energy-saving compressor, three cycling system and thick insulation get the appliance having high cooling efficiency and better energy saving.

Safety information

Make sure to use a separate earthed socket.

Pull out the mains plug when you repair or clean the machine.

Do NOT store inflammable or explosive materials in appliances to avoid explosion or fire.

Transportation and placement

Do not move the appliance by holding a door or door handle.

You should lift it from the bottom. You can not lie down or reverse the appliance to move.



Connecting the appliance

The rated voltage of the appliance is 220V alternating current and the rated frequency is 50Hz. It can vary from 180V to 220V.

Operations

Take away all the packing components including the bottom foam pad, other pads and adhesive tape for fixing as accessories in appliance.

Cleaning and maintenance

Defrosting

...Cleaning

...

Technical parameters and packing list

Technical parameters

...Packing list

...

Customer service

Warranty instructions

...

4.3 产品说明书的语言特点

由于产品说明书主要是生产单位向用户推介自己生产的产品，所以其应以说明为主要表达方式，不议论不抒情，客观真实的对产品做出介绍，使用户了解产品，认识产品，从而购买产品。产品说明书的语言必须简洁、有感染力，内容必须客观、精确，条式风格突出、版面设计独特。

4.3.1 词汇特征 (Lexical Characteristics)

产品说明书特别是工业产品说明书是一种相当专业的应用文体，要求所含信息必须明确易懂，无含混模糊之处，体现在词汇上就是用词的固定性和专业性。固定性是指相关技术术语在同一行业中是固定的、约定俗成的。而专业性是指相关技术术语是某一专业领域中特有的词汇术语所具有的专业特性。

【例】固定词汇：specification（规格）；packaging（包装）；transportation（运输）

专业词汇：defrosting（除霜）；compressor（压缩机）；voltage（电压）



在上面的例子中, “specification (规格)”、“packaging (包装)”、“transportation (运输)”在工业、消费品领域都经常出现, 几乎所有的产品说明书都用它们来表示相对固定的含义, 具有相对稳定性。而 “defrosting (除霜)”、“compressor (压缩机)”、“voltage (电压)”一般出现在工业领域, 在别的领域没有或表达不同的含义, 属于专业性强的词汇。

4.3.2 句法特征 (Grammatical Characteristics)

1. 大量使用祈使句

英文产品说明书特别是在其指示说明部分频繁使用祈使句, 而且大多省略主语。这是因为祈使句常常用来表示强调、命令、警告等, 在给予指示时直截了当, 简洁有力。常用的祈使句型有如下几种。

(1) 情态动词 (can, may, must, should, can't, shouldn't, mustn't 等)。

【例】 You should lift it from the bottom. You can not lie down or reverse the appliance to move.

译文: 应从底部抬起冰箱。不宜将冰箱横抬或倒置。

(2) Do not.

【例】 Do not move the appliance by holding a door or door handle.

译文: 不可抓着门或门把手来搬运冰箱。

(3) Please (do).

【例】 Please provide your name, address and telephone numbers.

译文: 请提供你的姓名、住址和电话号码。

2. 大量使用被动语态

在语态上, 英文产品说明书与中文产品说明书不同。中文产品说明书一般使用主动语态, 而英文产品说明书则多用被动语态。这是因为英文产品说明书强调的是事物的发生和存在, 而通常不注重是谁使其发生或存在。这样, 施事者或动作发出者在产品说明书中是弱项, 常以被动语态“掩蔽起来”。

【例】 The product can be installed in several types such as cabinet, vertical racks and horizontal racks according to user's requirements.

译文: 产品可根据用户需要采用柜式、立式、卧式等摆放形式。

3. 多用动词现在时态

产品说明书讲究言简意赅、通俗易懂, 避免繁杂冗长。因此产品说明书中的句子大多都是简单句, 而且时态比较简单, 多用现在时态。

【例】 The AQUA White Concentration Lotion protects the skin from damage caused by UV rays.



译文：雅呵雅美白霜保护皮肤免受紫外线的伤害。

4.4 产品说明书的翻译技巧

由于说明书在产品营销过程中主要起到吸引消费者、激发消费者产生购买欲、指导消费者顺利实现消费行为的作用，所以译者在翻译说明书时并不是原封不动地移植原文信息，而是实现纽马克（2002）所说的祈使功能（Vocative Function），即通过译文的激励，使读者（潜在消费者）采取消费行动，进而促使厂商获得所追求的利润。下面来分析一下产品说明书的翻译原则和可以使用的翻译方法。

4.4.1 产品说明书的翻译标准

产品说明书的主要功能是向消费者说明产品的功能、有效期等基本信息，帮助和指导消费者正确地认识、使用和保养产品，吸引消费者采取购买行动。其语言必须简洁、有感染力，内容必须客观、精确。鉴于说明书的功能和语言特点，好的说明书译文不仅要准确、客观，还必须保证能为译语及读者所接受，并激发他们的购买行为。这就意味着译者在翻译说明书时至少要坚持“忠实、准确”与“可读性”这两项基本原则。具体地说，要把握以下几点。

1. “忠实、准确”原则

说明书是沟通厂家与消费者的桥梁和纽带。企业若想在激烈的国际竞争中站稳脚跟，将产品成功地打入国际市场，译文必须准确、真实。倘若译文“失真”或错误百出，不仅会给消费者留下极坏的印象，而且会直接影响到产品的形象与销售。更为严重的是，那些劣质的译文还可能影响正常的生产秩序，甚至危及消费者的生命与财产安全。

要做到译文“忠实、准确”，首先要在遣词造句方面多加注意。说明书的语言一般大都简洁浅显、明白晓畅，译者在处理其中的语词时并无多大困难。不过，这并不意味着说明书的翻译就可以高枕无忧。倘若不小心，译者还是很容易掉入某些“陷阱”的。例如，我国的酒类根据酒精的百分比含量不同，将白酒分为 38°、52°、60° 等。有译者将“38°、52°、60° × × × 酒”译为“the 38°、52°、60° × × × wine”。这样直译，外国人能否看得懂就很难说了，因为他（她）们未必清楚中国白酒的度数实为酒精的百分比含量。为了与英语表达相吻合，最好改译成“the liquors (× × ×) containing 38%, 52% or 60% alcohol”。

2. “可读性”原则

说明书翻译的主要目的是实现纽马克所说的祈使功能。要做到这一点，译者就必须考



虑如何使译文既能有效地传递信息内容,又能在语言表达上符合译语的表达习惯和读者的审美情趣。以化妆品说明书的翻译为例,化妆品说明书有时比较讲求美学功能,以满足女性消费者求美的心理。从语言角度来看,美感的制造可以采用不同方法,如词语的选择、语序的排列、句子的搭配组合等,所以译者应该从多个层面对译文进行反复推敲,以使文字能令读者产生美好的联想。

【例】 It moisturizes your skin in hot, cold and dry climate conditions, taking extra care of your skin against the drying effect of the sun, helping prevent dry skin and protecting your skin from additional loss of skin moisture.

译文:无论是酷热、寒冷或是干燥的气候,本产品都能滋润您的皮肤,具有防晒,预防皮肤干燥、补充水分等功效。

翻译时要注意语言的可读性和感染力。由于说明书对广告具有辅助作用,其语言要做到通俗易懂,适当时候可以运用一些文学语言,以完成其广告效应。但同时又要注意不要过分夸大。

【例】 Add sugar and milk to taste.

译文:加入适量的牛奶和糖,味道更佳。

A nourishing beverage for all ages. An excellent gift in all seasons.

译文:本品适宜于四季饮用,是老少皆宜的营养饮料,也是馈赠亲友之佳品。

4.4.2 产品说明书的翻译方法

1. “深化”原则

所谓“深化”,主要是指对原文理解及表达上的透彻、入理,而不是仅满足于对表层信息的转述。

【例】 绿源苔干有治疗心脏病、神经官能症、消化不良、贫血等功效。

译文: Lvyuan Taigan can be served as a medical diet for those who are suffering from heart failure, neurosis, indigestion and anemia.

中文中的“治疗”一般用英文中的“cure”来翻译,表示治疗疾病。但是通过深入理解产品说明书的上下文,可以知道,“绿源苔干”是一种绿色保健食品,而不是药品,并不能真正治疗疾病,所以译文中没有用“cure”,而是联系上下文,深入理解原文含义,将“治疗”深化译为“can be served as a medical diet for those who are suffering from”,从而准确地把绿源苔干真正的“食疗”功效翻译了出来。

2. “浅化”原则

所谓“浅化”,就是把特殊的東西一般化的一种译法。由于文化的不同、语言的差异以



及不同民族对同一事物所产生的不同心理感受，一种语言中的特殊概念在另一种语言中常常会出现语义上的空缺及理解上的背向。所以翻译时我们只好将其“浅化”成一般性的概念，以便读者能较好地理解文章或话语。

【例】它保持了酱香浓郁、典雅细致、协调丰满、回味悠长等贵州茅台的特点。

译文：It possesses the unique style and flavor and is an extensively enjoyable drink.

“酱香浓郁、典雅细致、协调丰满、回味悠长”是中文形容白酒口感好的常用说法，而在西方，人们不仅很少喝白酒，更没有这样特殊复杂的形容酒的口感的用法，若将其直译出来西方读者一定无法接受，感觉很别扭。因此，译文将中文这种特殊的说法一般化，译为“is an extensively enjoyable drink”，这就让西方读者感觉非常明白贴切，又让译文显得十分简洁。

3. “等化”原则

所谓“等化”，就是使译语与原语在语义上趋于相等。在产品说明书翻译上，“等化”译法主要体现在关键名词的借用和音译这两个方面。

借用，就是直接采用外文缩写词，不加翻译。这是术语国际化的标志，如 DNA, CT, CPU, FM 等。音译主要用于产品说明书中的人名、地名、公司名、材料名、机构单位和商标等的翻译，如 Siemens（西门子）、gene（基因）等。在翻译产品说明书时，要注意适当使用“等化”原则来使译文规范化，更好地与国际接轨。

4.5 英文产品说明书及其翻译赏析

AVON TRUE COLOR EYESHADOW DUO

Smoother application and silkier feel thanks to our exclusive self-liquefying technology that responds to the warmth of your skin to make colors come alive. Coordinated shades are beautifully blendable. Made with ultra-fine “milled” powder. No dusting or ceasing.



译文：

雅芳色彩双色眼影

色泽持久的双色眼影，色彩更智慧时尚，粉质更细腻服帖。采用缓释技术，能源源不断缓释智能感温粒子，感应肌肤温度，释放鲜活色泽。采用喷射研磨技术，粉质细腻，均匀服帖，质地如丝缎般轻盈舒适。

译文采用对仗和排比，连续使用了四个对仗的短句：“色彩更智慧时尚，粉质更细腻服



帖”和“感应肌肤温度，释放鲜活色泽”。这样有助于排列整齐，通顺流畅，较好地体现了原文的表现力和感染力。由此可以看出，根据原文的具体情况，恰当运用对仗词句，能收到抑扬顿挫、起伏跌宕的作用，从而提高译文的节奏感。



Part II 项目任务

Task 1 根据信息提示翻译下面的产品说明

1. Ingredients: fresh beef of high quality, sugar, chilli oil, sesame oil, salt, condiments.

Notes: 这是一份食品说明书中的成分介绍，语言简单，主要运用食品类词汇，可用直译法。

2. For drinking hot: Put two or three teaspoonfuls of Lacovo in a cup, then add hot water and stir until the grains are thoroughly dissolved.

Notes: 这是 Lacovo 乐口福饮品的饮用方法说明，翻译时按步骤直译即可。

3. If the power plug is damaged, always have it replaced with one of the original type in order to avoid a hazard.

Notes: 这是一个手机电源的注意事项或说明，翻译的时候可用直译法。

4. It can prevent and treat diseases due to the deficiencies of vitamins and minerals.

Notes: 这是一种药品的适应症说明，可采用直译的翻译方法。deficiency: 缺乏。

5. Trouble: The shaver does not work when the ON/OFF button is pressed.

Solution: Replace the batteries. If the shaver still does not work, see “Guarantee & Service” .

Notes: 这是一个剃须刀的故障排除说明，可采用直译的翻译方法。

6. Switch the appliance on by pressing the switch lock and pushing the ON/OFF button upwards.

Notes: 这是一台机器设备的操作说明。注意翻译的时候要把操作方式放在前面。

7. Regular use of the cream results in the increase of skin cell vitality and improvement of metabolism to restore youthful fairness of the skin.

Notes: 这是一款护肤品的功效说明。注意在翻译的时候要使用汉语中美好的词汇来翻



译，如“滋润”、“亮泽”、“平滑”、“柔软”、“健康”、“动人”等，使人产生美好的联想。
metabolism: 新陈代谢。

8. Relax and enjoy while your skin effectively absorbs the nutrients from the mask for 15 minutes.

Notes: 这是一个面膜的使用说明。注意在翻译使用说明时，一般时间翻译在前。

9. TIGER BALM is made from the finest ingredients under strictest quality control.

Notes: 这是一种药品的总体说明介绍。TIGER BALM: 虎标万金油。

10. Do not spray over food or tableware. Do not use or store near fire. Do not strike. It should be kept in cool place and kept away from the children.

Notes: 这是一种化学用品的注意事项说明。注意翻译的时候化被动句为主动句。

Task 2 根据信息提示和注释，把下面两则产品说明书分别译成汉语和英语

1. 下面是一则药品说明书，在翻译的过程中注意汉语药品使用方面常用的词语。

The Chinese medicine is indicated for the treatment of stomachache. The usual dose is two pills once, three times a day. The dose can be increased by one or two pills if the stomachache grows worse. The medicine may produce some side effects like sickness or sleepiness, but the symptom will disappear when the medicine is stopped. The medicine should be put where it is cool and dry. To achieve satisfactory effect of the medicine, do adhere to the instructions of the physician.

Notes: 在翻译药品说明书时一定要注意用语的规范，因为这直接关系到服药者的身体健康，不能夸大疗效，说明注意事项。

2. 下面是是西门子（Siemens）电器的一则说明书中的保修说明部分，请试将其翻译成英语。

保修期内，用户送修时必须持有送修产品购买的有效发票和厂方指定的相关三包凭证，三包有效期自发票开具之日起算。用户应妥善保存保修卡和购机发票，送修时必须同时出示保修卡和购机发票。若用户遗失购买发票，应按出厂日期推算三包有效期。

Notes: 在翻译产品保修部分说明时，一定要掌握“忠实”和“准确”原则，不能含混不清。这里重点考虑“三包凭证”的翻译。



Part III 项目训练

1. 试翻译下列词汇、短语。

- (1) 成分、配料
- (2) 规格
- (3) 保质期
- (4) 生产日期
- (5) 功能
- (6) 食用方法
- (7) 存储方法
- (8) 注意事项
- (9) 包装
- (10) 净含量

2. 常见句型英汉互译练习。

- (1) 本产品采用传统配料, 精选优质原料。(condiment, raw material)
- (2) 本产品是采用特殊工艺制造而成的。(technique)
- (3) 本产品在国内外国外享有很高声誉。(reputation/prestige)
- (4) 本产品能满足目前所有的需求。(current)
- (5) The product features high durability and good appearance. (特点是……)
- (6) It is resistant to high temperature and heat.
- (7) The product is simple in structure, easy to install and maintain, and safe and reliable in operation.
- (8) The product is convenient for operation and maintenance.

3. 将请下面这则化妆品说明书翻译成英文。

澳洲“澳丽娜”绵羊脂日夜润肤霜

澳洲“澳丽娜”绵羊脂日夜润肤霜富含纯净澳洲麦利诺绵羊羊毛脂、净化胶原蛋白和维生素 E 等多种油性成分, 具有独特的渗透作用, 能在皮肤表面形成一层保护膜, 有效地隔离空气污染、紫外线、肥皂、化妆品、空调、暖气等对皮肤造成的伤害。

早晚使用, 可防止面部、颈部肌肤松弛, 保持肌肤的润滑及自然弹性, 预防皱纹产生。

用法: 可单独使用或用作化妆粉底。早晚使用, 在面部和颈部轻轻向上按摩即可。



注：澳丽娜——AURINO;
麦利诺绵羊毛脂——Merino Sheep Lanolin;
净化胶原蛋白——Purified Collagen。

4. 将下面某保健品的说明书翻译成汉语。

【Product Name】: Ginseng Tablets
【Main Ingredients】: ginseng
【Specification】: 1250mg×60 tablets
【Function in Health Care】: Relieve fatigue
【Availability】: Users who may feel tired easily
【Unavailability】: Children
【Authorization Document No.】: State Health Foods No. G20040449
【Standard】: Q/SCSZ 002
【Usage and Dosage】: Twice a day, 1-2 tablets each time
【Period of Validity】: 24 months
【Production Date and Lot No.】: Please see the bottle
【Storage】: Store under ventilated and dry environment without direct sunlight
【Caution】: This product can not substitute medicine
【Produced By】: Fujian Xingfu Biotechnology Co., Ltd



Part IV Useful Words and Expressions

optimize ['ɒptimaɪz]	v. 使最优化
compressor [kəm'presə]	n. 压缩机
insulation [ˌɪnsju'leɪʃən]	n. 隔热层
socket ['sɒkɪt]	n. 插座
voltage ['vəʊltɪdʒ]	n. 电压
inflammable [ɪn'flæməbl]	adj. 易燃的
accessory [æk'sesəri]	n. 附件
defrost [di:'frɔ:st]	v. 除霜
parameter [pə'ræmitə]	n. 参数
cabinet ['kæbɪnɪt]	n. 橱, 柜
vertical ['vɜ:tɪkəl]	n. 竖的, 垂直的
horizontal [ˌhɒrɪ'zɒntl]	adj. 水平的
nourishing ['nʌrɪʃɪŋ]	adj. 有营养的, 滋养的
neurosis [njuə'rəʊsɪs]	n. 神经官能症
indigestion [ˌɪndɪ'dʒestʃən]	n. 消化不良
anemia [ə'ni:mɪə]	n. 贫血
vitality [vaɪ'tælɪtɪ]	n. 活力, 生机
metabolism [mə'tæbəlaɪzəm]	n. 新陈代谢
man-machine design	人机工程设计
cooling efficiency	制冷效率



mains plug	电源插头
alternating current	交流电
rated frequency	额定频率
foam pad	泡沫垫
adhesive tape	胶带
White Concentration Lotion	美白霜
self-liquifying technology	自我缓释技术
chilli oil	辣椒油
sesame oil	芝麻油

Module 5

Advertising



Part I 项目准备

5.1 广告简介

随着世界经济的发展，广告已成为一个世界经济系统的重要成分，每一个生产者都想利用这种强有力的手段宣传其产品。在中国加入世贸组织和商业的国际化以后，英语广告已经逐步成为促进出口和发展海外贸易的重要工具。相应地，大量的外国广告也逐渐成为中国企业和消费者的重要信息来源。鉴于此，国际性商品广告翻译应当充分考虑产品销售对象的语言习惯、文化积淀与心理定式，以便更好地为企业服务，更好地推销产品。因此，恰如其分的理解和翻译跨文化广告，是商务英语翻译的一个重要方面。





5.1.1 广告的定义

广告 (Advertising) 就是一种说服。它利用传播媒体来传播其商品服务或观念, 进而达到促销的效果。所有的广告都是为了鼓动人们去做某件特定的事情, 如购买某种产品、洽谈某项业务、加入某个组织、出席某次会议, 或对某一处境表示同情。广告按内容分可以分为四大类, 即商品广告 (Products Advertisement)、劳务广告 (Service Advertisement)、企业形象广告 (Corporation Advertisement) 和公益广告 (Public-welfare Advertisement)。

5.1.2 广告的功能

一则成功的商务广告应实现以下几种基本功能: 传播信息功能、劝说功能、美感功能、刺激消费功能。也可理解为 ACCA 要求, 即认知 (Awareness)、理解 (Comprehension)、说服 (Conviction)、行动 (Action)。其中最主要的是劝说功能, 起着最大的诱导说服作用, 用来影响更大的消费群体, 其他功能则起辅助作用。

5.2 欣赏广告语并体会语言特点

- (1) Just do it. (跟着感觉走)。
- (2) Ask for more. (渴望无限)。
- (3) Obey your thirst. (服从你的渴望)。
- (4) Feel the new space. (感受新境界)。
- (5) Focus on life. (瞄准生活)。
- (6) Good to the last drop. (滴滴香浓, 意犹未尽)。
- (7) A Kodak moment. (就在柯达一刻)。
- (8) Started Ahead. (成功之路, 从头开始)。
- (9) Make yourself heard. (理解就是沟通)。
- (10) Intelligence everywhere. (智慧演绎, 无处不在)。





5.3 广告的语言特点

广告写作在注重表达的同时，更加注重广告信息的传递，相对其他功能文体而言更加注重受众的接受与反应。译者为了使翻译的广告语能够引起广告受众的注意并被他们接受，在篇章（textual）层即语篇常规的宏观结构和句子的表达、修辞以及选词方面要关注语言文化的不同。译者必须注意目的语与原语的差异，尽力使译文以目的语接受者喜闻乐见的形式表现出来。广告行文必须准确，不能误导受众；必须力求新奇优美，以吸引受众；必须简洁，以适应受众的匆匆视听；用词要通俗易懂，句式不能太复杂，以免增加受众的理解难度；标题的构思表达及排版要讲究等。

5.3.1 词汇特征 (Lexical Characteristics)

广告英语在词汇的使用上具有如下特点：用词简单；妙用行为动词；使用修饰性、描述性形容词；借用外来词；运用复合词；模拟创造新词。

【例】 Just do it.

这则运动鞋广告充分体现了用词简单的原则。

Hear the surf, smell the flowers, taste the wine and enjoy yourself.

译文：听着海浪，闻着花香，品着美酒，尽情享受。

这则广告中的“hear”、“smell”和“taste”都是典型的简单的行为动词。

We know eggsactly how to sell eggs.

在这则广告中，“eggsactly”是一个典型的模拟创造的新词，事实上就是“exactly”的变形。

Beautiful wash-in wash-out color that's hypo-allergenic.

这则洗发水广告中使用了三个复合词。

In just a few drops, this man's skin is going to feel better.

译文：滴上几滴，您的皮肤即会舒适。

这则广告中使用了“better”这样的形容词。

5.3.2 句法特征 (Grammatical Characteristics)

广告英语在句法上有如下特征：多使用简单句；多使用主动句，而较少使用被动句；多使用祈使句；避免否定句，多用疑问句；多用省略句。



【例】 Ask for more.

这则广告语充分体现了简单句的特征，另外它也是主动句、祈使句和肯定句。再比如：“Let’s make things better.” “Live well, snack well.”

Where do you want to go today?

译文：今天你想去哪里？（微软）

What are luxury car should be?

译文：豪华汽车应该是怎样的？（林肯）

上面两则广告都是站在客户立场上以问句形式出现，目的在于引起人们的好奇心，吸引人们去思考，去寻求答案。“What are luxury car should be?” 看似一个简单的问句，却在不经意间点出“林肯”作为顶级汽车品牌，旗下汽车都是顶尖、奢华之作（luxury car）。

5.3.3 修辞特征 (Rhetoric Characteristics)

广告英语常使用的修辞方法包括：比喻（analogy），其中分为明喻（simile）和暗喻（metaphor）；拟人（personification）；双关（pun）；押韵（rhyming）；重复（repetition）等。

【例】 Me.4U.

“Me.” 既是 “Maine（缅因州）” 的缩写，又是 “我” 的意思。整则广告可读成 “Me for you”，一语双关。

排比句在广告中也得到了广泛的应用。因为它便于表达强烈的感情，突出所强调的内容，增强语言的气势，同时由于它句式整齐，节奏分明很具有语言的韵律美感。

【例】 Call it Spearmint.

Call it Gum.（口香糖广告）

Light as a breeze, soft as a cloud.（衣物广告）。

这则广告就使用了比喻的修辞方法。

Why your skin drinks it down so quickly?（玉兰油广告）。

其中的 “skin” 被拟人化，再加上动词 “drink” 的使用，足以显现玉兰油产品的诱人的吸引力。

一则好广告应读起来朗朗上口，富有韵律。这样既可使产生兴趣，又能协助记忆。

【例】 Pepsi-Cola hits the spot.

Twelve full ounces, that’s a lot.

Twice as much for a nickel, too.

Pepsi-Cola is the drink for you.（百事可乐广告）

译文：百事可乐味道好，足足 12 盎司量不少。五元钞票买 24 盎司，百事可乐供您享。这种修辞方法的目的是强调商品某特点或强化注意力和记忆力。



押韵本是诗歌的写作技巧，然而广告却常常加以移植，使得广告朗朗上口，便于记忆。

【例】 Make that tater taste even greater.

Melt on Cheddar cheese.

在这则广告中“tater”和“taste”押头韵，同时“tater”又和“greater”押尾韵。此外，“make”和“melt”，“Cheddar”和“cheese”都是押头韵，整则广告读起来很有节奏。/t/的反复出现使读者觉得此时自己正在品尝美味的食品。

有时为了强调某个意思，突出某种情感，也可通过对重点词、重点概念的多次重复，引起读者的注意，以留下较深的印象，并达到某种特殊的效果。

【例】 Fresh Up with seven-Up.

“Up”重复两次，加深了读者对“Seven-Up”的印象，此句既强调了该饮料的好处，又鼓动读者采取行动。

The Keebler Elves have baked up the lightest crispiest snacks ever to be called crackers. These extra thin bite-size crackers are ripped with zesty seasonings and crunch just you're your favorite chips, but they are baked, not fried. They are the perfect snack for munching by the handful.

译文：Keebler Elves 牌薄脆饼是烤制得最爽脆的饼，其口味清淡，加入柠檬味，咬一口清香爽脆，是您的最爱。全程烤制，决非油炸，是您手头离不了的最佳美味。

这是美国一种薄脆饼干的包装盒说明，其中一再使用形容词最高级和“extra thin”、“the perfect”等表示极端含义的词语，极尽夸张之能事，顾客见了不免想买两盒尝尝。夸张是广告中很常见的辞格。

5.4 广告的翻译技巧

英国著名语言学家 Geoffrey N. Leech 曾经说过：“广告语必须生动形象、引人注目、可读性强、过目难忘，具有促销力量。”要创造出这样的广告语，词语的选择与修辞手段的恰当应用至关重要。而对广告的翻译也应当像广告创作一样，需要根据原文内容和特点，灵活运用各种修辞手段和翻译技巧，这样才能使译文尽可能地再现原文信息、形式和风格，保留原文的魅力和感染力，并以此吸引更多的消费者，刺激其购买欲，从而达到广告翻译的目的和效果。前面分析了广告语言的特点和广告语言常使用的修辞格，下面再分析一下广告英语的翻译原则和可以使用的翻译方法。

5.4.1 广告英语翻译标准

商务英语翻译的标准是“功能对等”，即译文必须保证达到与原文相同的交际功能和交



际目的。广告语篇的主要功能在于它的呼唤功能，即号召读者接受广告宣传的商品或服务。一般来说，广告文案生动活泼、雅俗共赏，其感染力来自其文字技巧。只有当广告文字具有特殊的艺术魅力，才能瞬间引起读者的注意，刺激其购买欲望，促成其购买行为。因此，广告翻译的关键是要使广告译文对读者具有同样强烈的感染力，以实现其预期功能。具体地说，要把握以下几点：

(1) 广告是一种营销手段，广告翻译必须考虑广告的受众。根据不同广告的不同受众，灵活采用翻译策略，把握广告的整体效果。同时要充分考虑文化差异，使广告译文对文化背景迥然不同的读者也具有感染力。

(2) 广告译文要充分体现广告的信息功能和劝说功能。广告翻译既要注重广告的表达，又要注重广告的传情。因此，广告译文的语言不仅要生动形象、精练恰当，而且要明白易懂、醒目易记，以充分体现广告语言必须具有的引人注目、唤起兴趣、激发欲望、令人信服和敦促行动这五个特点。

(3) 商务翻译要遵循忠实、得体、统一的标准。广告译文也要尽可能地体现原文的文体特点，用相应的题材和文辞体现原文文采，再现原文语言的感染力。

5.4.2 广告英语翻译方法

1. 直译法

据纽马克的定义，直译就是把原文语言的语法结构转换为译文语言中最近似的对应结构，但词汇则依然一一对译，不考虑上下文，可以理解为在译文中既保留原文内容又保留原文形式，特别是保留原文的语言特色。例如“Just do it”，可以对等地翻译为“只管去做”。而“Opportunity knocks!”这一则房地产广告运用了拟人的修辞手法，则可以直译为“机会在敲门!”

2. 意译法

广告在意译要求译文能正确表达原文的内容，但可以不拘泥于广告原文的形式。对不可能或没有必要直译的就采用意译法，配合上下文解释含义，把广告语用贴切的语义表达出来。

【例】We care to provide service above and beyond the call of duty.

译文：殷勤有加，风雨不改。(UPS 快递广告语)

Wonder where the fellow went.

译文：嘿!这家伙到哪儿去了?(牙膏广告语)

3. 套译法

套译法就是套用中英文的固有模式，在不破坏广告原文效果的基础上对广告进行翻



译。由于英汉文化的差异性，翻译广告时如能最大程度地巧妙套用和模仿英汉相对应的句式结构、表达方式，可以使译文符合消费者的心理习惯，尊重接受语的文化传统和语言表达习惯，保持产品的形象。翻译时可套用或模仿英汉成功广告体例、英汉诗句、谚语等。

【例】百闻不如一尝。（浙江粮油食品进出口公司广告）

译文：Tasting is believing.

译文套用英语成语“Seeing is believing”，将成语中原有的“Seeing”根据广告需要换成“Tasting”，语义真切，恰到好处。无独有偶，碧丽牌健美苗条霜广告也使用了这个套用：“Bili slimming cream—Using is believing.”此外，某香烟广告语“To smoke or not to smoke, that is a question”则套用了莎士比亚的名句“To be or not to be, that is a question”。

4. 创译法

很多商务广告都有众所周知的英汉对照的文本，虽然其汉语文本与原英文在表层意思上相差较大，但长期以来被认为是其英文文本的翻版。因此，我们称这类中文文本为创译，即带有一定创造性的翻译。

【例】Connecting people.

译文：科技以人为本。（诺基亚）

The Way Ahead.

译文：九铁动力拓新领域。（九广铁路）

Quality Services for Quality Life.

译文：凝聚新动力 文康展新姿。（康乐及文化事务署）。

5. 增减译法

增词法就是在翻译时按意义上（或修辞上）和句法上的需要增加一些词，以便更加忠实、通顺地表达原文的思想内容。这当然不是无中生有地随意增词，而是增加原文中虽无其词而有其意的词。有些中文广告言简意赅，但翻译成对应的英语时，还应尽量符合市场营销的习惯表达方式，须使用增词法。

【例】我们实行“三包”：包修，包退，包换。

译文：We offer 3-R guarantee, namely guarantee-repair, replacement and refund.

由于审美习惯不同和历史文化的差异，汉语广告文本中往往有许多在英语广告中很少使用的宣传套话。此外，汉语符号系统本身就包含了一些特有的语法性冗余信息。但广告文本简洁为贵，所以这些冗余信息在广告翻译中应予以删减，甚至可以省略不译，是为减词法。

【例】茅台酒广告：酱香突出，幽雅细腻，酒体醇厚，回味悠长，空杯留香持久，历届国家名酒评比之冠，尊为国酒。



译文: Carefully Brewed,
Pure and Mellow,
With a Long-Lasting Aroma.

【例】 化妆纸广告: 本品采用 100%天然棉层精梳制成, 品质柔软贴身, 适合化妆使用。经特殊化学高温杀菌, 脱脂处理, 品质清洁, 卫生可靠。棉质柔软细致, 能彻底清除油垢残妆, 让你的肌肤更具健康活力。最适用于上妆、卸妆; 拭除面霜、唇膏、指甲油; 清洁贵重物品。

译文: 100% COTTON GENTLE AND SOFT enough for a baby's skin. A NATURAL WAY to remove makeup and cleanser, nail polish, lotion, cream, etc. PERFECT for any use where a soft absorbent applicator is needed.

5.5 广告文案及其翻译赏析

CUTTY SARK SCOTS WHISKY

Some people wear trendy clothes to attract attention. Others drive flashy cars. A glass of Cutty Sark won't turn any heads. But if you insist on creating a stir, you can always ask the bartender for one of them.

Scots Whisky Uncommonly Smooth.

这是一则完整的广告文案, 其中“CUTTY SARK SCOTS WHISKY”是标题, 其后论述部分是正文, 最后的“Scots Whisky Uncommonly Smooth”是本广告文案的口号。

这则广告的译文如下:

卡地沙克 苏格兰威士忌

为了引人注目, 有些人衣着时髦, 有些人车子新潮。可别小看这不大起眼的卡地沙克酒, 你若真想大出风头, 快到酒吧, 叫上一杯卡地沙克。

苏格兰威士忌, 口感绵润, 别出一格。

本则广告的翻译忠实于原文, 且具有韵律感, 尤其口号的翻译使用了使用率很高的四字格。形式上整齐划一, 内容上言简意赅, 语言上悦耳动听。





Part II 项目任务

Task 1 根据信息提示翻译并欣赏下面的广告语

1. What can be imagined, can be realized.

Notes: 这是中国香港电讯的一则广告, 语言简单, 词义明确, 可用直译法。

2. Tasting is believing.

Notes: 这则食品广告采用了仿拟的手法, 巧妙地借用了家喻户晓的英语谚语 “Seeing is believing” (百闻不如一见) 来吸引读者的注意, 借此宣传食品的上乘质量。译文要套用汉语谚语 “百闻不如一见”, 稍加改动即可。

3. Every time a good time.

Notes: 这是一则麦当劳的广告, 是一个省略句, 翻译时可用意译法, 采用四字格的形式。

4. Elegance is an attitude.

Notes: 这是浪琴表的一则广告。该句虽然看似简单, 但如果译的妥帖并不容易, 所以应该适当增加一些词汇。

5. Wherever you are. Whatever you do. The Allianz Group is always on your side.

Notes: 这是安联集团的一则广告。该广告用语简单, 词义明确, 但翻译时应该简化, 使其读起来朗朗上口。Allianz Group——安联集团。

6. Life is a journey. Enjoy the ride.

Notes: 这是一则马自达汽车的广告, 采用了比喻的修辞方法。

7. Give me Greenworld or give me yesterday.

Notes: 这则绿世界牌晚霜广告模仿美国独立战争时期杰出的政治家 Patrick Henry 的名句: “Give me liberty or give me death.” (不自由, 毋宁死!)。笔者认为如果直译, 语义会显得模糊不清, 但若译为 “要么给我绿世界晚霜要么还我昨日青春容颜” 又太过冗长, 不够精练, 不符合汉语广告用语习惯, 难以吸引广告受众。请大家仔细推敲, 找出最佳翻译。



8. Flowers by Interflora speak from the heart.

Notes: 这是花卉店使用的广告用语。广告使鲜花有了生命，富有人情味，又衬托了鲜花的勃勃生机，因此，当你选择一束适宜的鲜花送给对方时，就能表达你的肺腑之言。

9. Less space. Less noise. Less expense.

Notes: 这是松下电器的一则广告。反复是一种把同样的词或者同样的多组词不断反复使用，以强调一定内容的修辞手法。反复常常在广告中使用，以加强语言的节奏感，增添旋律的优美性，达到让人容易记忆的目的。在商业广告中有很多种反复，如词的重复、从句的重复以及句子重复。

10. We've hidden a garden full of vegetables where you'd never expect in a pie.

Notes: 夸张是一种通过丰富的想象把某样东西描绘得听起来与实际相比显得更大或更小、更糟或更好等的修辞方法。在广告中使用夸张法能够加强商品特征描述，并且能够给读者留下深刻的印象。这则广告就使用了夸张的修辞手法。

Task 2 根据信息提示和注释，把下面两则广告文案分别译成汉语和英语

1. 下面是一则汽车广告，翻译时注意“emotionally”与“physically”这样对照明显的副词的翻译。另外这则广告中第一句使用了动词“move”，最后又用了它的名词形式“motion”，使整段广告充满了动感，所以翻译时也应该照顾到这一个方面。

A car, we believe, should move you as much emotionally as it does physically. This simple premise is what the engineers at Toyota use to produce one of the most acclaimed and respected marques in the world. Toyota is setting the future in motion.

Notes: premise——前提。

2. 下面是一则旅游观光广告，重点向游客介绍租车服务项目。翻译时应该让游客体会到热情和友好，缩短租车中心与游客之间的距离，尽量增强广告的宣传效果。

欢迎您到中国台湾来，这是以保存中国古老文化为荣耀的美丽岛屿。尽情游览中国台湾的最好方法就是开车——一部 Hertz 租车中心的车。所以，好好珍惜这项专门提供给您的租车特别服务，华航及 Hertz 向您致意。

Notes: 华航——CAL；致意——compliments。



Part III 项目训练

1. 根据对应的翻译填出适当的词汇。

(1) Opportunity _____! (房地产广告)

译文: 机会在敲门。

(2) The relentless _____ of perfection. (凌志轿车)

译文: 不懈追求完美。

(3) Apple _____ different. (苹果电脑)

译文: 苹果电脑, 不同凡“想”。

(4) Not all cars are created _____. (三菱汽车)

译文: 并非所有的汽车都有相同的品质。

(5) The Globe _____ you the world in a single copy. (《环球》杂志)

译文: 一册在手, 纵览全球。

(6) The taste is _____. (雀巢咖啡)

译文: 味道好极了。

(7) _____ time to indulge. (雀巢冰激凌)

译文: 尽情享受吧!

(8) Poetry in _____, dancing close to me. (丰田汽车)

译文: 动态的诗, 向我舞近。

(9) Can't _____ the real thing. (可口可乐)

译文: 挡不住的诱惑。

(10) Tide's in, dirt's _____. (汰渍洗衣粉)

译文: 汰渍到, 污垢逃。

2. 搭配下面的英汉广告词。

(1) Going East. Staying Westin.

A. 美好生活离不开香脆的饼干。

(2) Anything is possible.

B. 饭后请吃点水果。

(3) Live well, snack well.

C. 我们就是网络。

(4) Expecting exceptional encounter in time.

D. 口味更浓……更醇……更令人满意。



- | | |
|--|------------------|
| (5) We're the dot. in. com. | E. 牙齿好, 身体就好。 |
| (6) Our wheels are always turning. | F. 我们集大成, 您超越自我。 |
| (7) Good teeth, good health. | G. 期待着及时的意外相逢。 |
| (8) We integrate, you communicate. | H. 我们的车轮常转不停。。 |
| (9) Have a little fruit after dinner. | I. 到东方。住威斯汀饭店。 |
| (10) Tastes richer...mellower—more satisfying. | J. 没有不可能的事。 |

3. 指出下列广告语的修辞方法, 并将其翻译成汉语。

- (1) Smooth as silk is Thai.
- (2) I am More satisfied. Ask for More.
- (3) We put them through water to make sure they don't leak. We put them through mud and salt to make sure they won't trust.
- (4) To choose it, or not? That's the time to decide.
- (5) A perfume with a fragrance as beautiful and lingering as only 40.00 flowers can be.
- (6) It changed our well water to wonderful water.
- (7) She has her own spirit and it graces everyone she comes near.
- (8) Once tasted, always loved.
- (9) Go for the sun and fun.
- (10) Make your every hello a real good buy.

4. 将下面的广告语翻译成汉语。

- (1) Unlike me, my Rolex never needs a rest.
- (2) Only when function and style combine perfectly, does a great classic emerge.
- (3) The Self-Made woman. She's living better all the time.
- (4) Business readers say the most flattering things about us.
- (5) Swiss made. Masterpieces of elegance and precision.
- (6) Rediscover pure writing pleasure.
- (7) Never has a perfume provoked such emotion.
- (8) You'll never have to hope for a better nail enamel ever again.
- (9) A proven challenge to wrinkles.
- (10) Fly with us and experience a dedication that, it's said, could only be Korea.

5. 将下面的广告翻译成汉语。

- (1) Whether we achieve our fine reputation from the beautifully restored interiors, contemporary facilities or impeccable service is not important. What matters is that our guests can



relax in the elegance of bygone era without losing the delicacy of fine living.

(2) From the milk of our own local herds. Using the skills and recipes handed down over generations. So real cheese is Farmhouse cheese. Cheese with a real taste, rich and flavorful. And that's the important difference.

(3) It is made differently. It is made using skills and techniques that others have lost or forgotten. It is made with attention to detail very few people would notice. It is made, we have to admit, with a total disregard for time.

(4) If you've been thinking that something is wrong with you just because your jeans don't fit, try Relaxed Riders. You'll see it's not a better body you need. It's better jeans.

(5) You may be the king of your own castle, but are you the pilot of your own destiny? While you may never really have total control over your destiny, it couldn't be more assuring to know that you possess the means of steering yourself on the right course.



Part IV Useful Words and Expressions

tater ['teɪtə]

zesty ['zestɪ]

crunch [krʌntʃ]

munch [mʌntʃ]

lotion ['ləʊʃən]

absorbent [əb'sɔ:bənt]

n. [口]=potato, 马铃薯

a. 兴致很高的, 风趣, 香味, 风味

v. 嘎吱嘎吱的咬嚼, 压碎, 嘎吱嘎吱地踏过;

n. 咬碎, 咬碎声

v. 用力咀嚼, 大声咀嚼

n. 洗液

a. 能吸收的; n. 吸收剂



applicator ['æplikeitə]

trendy ['trendi]

flashy ['flæʃi]

bartender ['bɑ:tendə]

marque [mɑ:k]

acclaim [ə'kleim]

prime time

push money

a complete range of specification

a great variety of models

attractive and durable

at moderate cost/price

complete range of articles

courteous service

dependable performance

have a reliable reputation

durable in use

elegant and graceful

popular both at home and abroad

general wholesale

prestige first

quality first, customers first

selling well all over the world

Our product wins a high reputation and is widely trusted at home and abroad.

Please order now

Local sales agents are invited.

n. 涂敷器

n. 新潮人物, 穿着时髦的人; adj. 流行的

adj. 闪光的, 一瞬间的, 浮华的

n. 酒保

n. 商品型号

n. 喝彩, 欢呼, 赞同; v. 欢呼, 喝彩, 称赞
黄金时段

推销回扣

规格齐全

款式多样

美观耐用

价格合理

品种齐全

服务周到

性能可靠

信誉可靠

经久耐用

典雅大方

驰名中外

百货批发

信誉至上

质量第一, 用户第一

畅销全球

产品深受国内外用户的信赖与称赞。

欲购从速

诚征各地区代理商。

Module 6

Business Letters



Part I 项目准备

6.1 商务信函简介

随着因特网等先进通信方式的应用，国际商务活动的通信方式也日趋多样化。尽管如此，传统意义上的商务英语信函并未退出历史舞台，反而日益彰显出它的各项优点和不可替代性，至今仍是商务交流活动的重要手段之一。商务英语信函是一门实用性很强的学科，像其他应用学科一样，商务英语信函在长期的商务实践中也处于不断调整、改进的过程中。

商务信函，顾名思义，就是指在公司、政府机关、各种团体或商店等商务、事务性单位之间交往时所广泛使用的信函。它适用于相互之间没有隶属关系的实体之间的业务往来活动。商务信函可以是公司对公司，也可以是公司对个人或对个人对个人。只要个人是代表公司与对方进行联络，其信函都属于商务信函的范畴。随着因特网的普及，商务交往中越来越多地使用电子邮件联络，因此电子邮件也应视为商务信函的范畴。

正式商务信函包括信头（the Letter Head）、案号和日期（the Reference No. and Date）、封内姓名和地址（the Inside Name and Address）、主题项（the Attention Line）、称呼（the Salutation）、事由（the Subject Line）、正文（the Body of the Letter）、结尾敬语（the Complimentary Close）、署名（the Signature）、附件（the Enclosure）、抄送（Carbon Copy）、附言（Postscript）等几个部分。其中，信头、日期、封内姓名和地址、正文、结尾敬语和签名是必不可少的，其他各项可根据具体情况具体选择使用。

商务英语信函的格式主要分为齐头式（Blocked Style）、缩进式（Indented Style）和混合式（Modified Style）三种，由于篇幅原因，在此就不一一介绍了。



【例】

Shanghai Garments Trading Co., Ltd.

687 Yan' an West Road, Shanghai 200333, China

Tel: 86-21-68743628 Fax: 86-21-68743629

September 22, 2008

Mr. Simon Legyern

Legyern Cabinetmakers, Inc.

45 Merrimac Trail

Williamsburg, Colorado 32345

Attention: Mr. Simon Legyern

Dear Mr. Legyern,

Your Order No. 3325—Our S/C No. 99MO47

Thank you for your order of 120 cases of wood glue from our company. The invoice for \$3,000 is enclosed.

A portion of your order—60 cases—was shipped out this morning and should reach you within two weeks. We regret that to fill your order, we depleted our stock and must order the remainder of your order within one month. We apologize for the delay, but as a result of a special bulk rate we offered on this particular type of glue, we sold much more than we had anticipated. We are, of course, offering you the same savings that were featured in the sale.

Thanks for your order. We look forward to doing more business with you in the future.

Sincerely,

Chen Husheng



6.2 商务信函的类型与特点

6.2.1 商务信函的类型

从广义上讲,商务信函可分为贸易信函和社交信函。其中,因工作或贸易等原因在交往中使用的信函称为“贸易信函”;为促进或加深与其他公司、机关部门或个人(主要是客户)之间的关系而使用的信函则称为“社交信函”。单从贸易活动的角度讲,商务信函可以分为交易磋商函和争议索赔函两大类。交易磋商是交易双方就买卖某种商品及交易条件(如品质、规格、数量、价格、支付方式、交货、提货等)进行的磋商。交易磋商过程中形成的信函叫做“交易磋商函”。在履行合同的过程中,如果买卖双方中的任何一方认为另一方没有履行或没有全部履行合同所规定的义务,如拖延交货,交货数量、品质、包装与规定不符,不按规定支付货款,无理拒收货物等,均会引起交易纠纷,发生争议。争议发生过程中或争议发生后索赔、理赔过程中使用的信函称为“争议索赔函”。

6.2.2 商务信函的特点

1. 文体特点

1) Clarity (表述清晰)

商务英语信函是商务交流活动中的一种重要方式,表述清晰(clarity)是对商务信函的最基本要求。含糊不清、辞不达意的书信会引起歧义甚至会造成严重的经济损失。要做到表述清晰,在表述方式上还要做到开门见山(go to the point, and don't beat around the bush.),一定不要兜圈子,让对方去猜测你的真正用意。语言不需要华丽的词藻,只需要将自己的意思表述清楚,能让对方明白即可。例如,正文的第一句话就可这样写:

We are interested in tweed lengths suitable for skirt-making and would like to have details of your prices and terms.

译文:我们对制作裙子的粗花呢布料很感兴趣,希望从贵方获取有关价格和交货条件的相关信息。

The 12,000 bicycles you ordered will be ready for dispatch by February.

译文:你方订购的12000辆自行车将于二月底前发货。

We wrote you on May 22 in reply to your enquiry for air-conditioners. However, up to the present writing, we have not had the pleasure of hearing from you. Your silence leads us to think that there must be something that precludes you from making further enquiries.



译文：我们曾于 5 月 22 日回复你方有关空调的询价。截至本函发出时止，我们一直未收到贵方的回复，就此我们不得不认为你方不做进一步询价，其中定有原因。

2) Conciseness (简洁)

商务信函要尽可能简洁明了，采用通俗易懂的语言和简明扼要的格式，避免陈旧的套语和空洞的陈述，用最少的语言表达最丰富的内容。说得更通俗一些，就是如果能用 5 个词表述清楚，就绝不使用 10 个词；能用常用词、短词表达清楚，就绝不用生僻词、长词表达。尽量做到篇章的简洁易懂。请看下面一篇短信的正文部分：

Dear Ms. Cole,

I have rescheduled my trip to Ft. Wayne and hope it will be possible for you to meet with me on January 22. Would it be possible for me to meet you at your office about 6 o'clock in the evening?

Please let me know if this is convenient for you.

Sincerely,

Samuel Johnson

作者仅用了短短的 3 个句子就把一封信完成了。考虑到从事商务活动的人士一般工作繁忙，没有大量时间仔细研读长篇大论，这就要求我们在不失必要的尊敬的前提下能简单则简单，只需把有必要提及的内容讲清楚就可以了。

3) Courtesy (礼貌)

商务信函的行文特点是简洁明了、开门见山，但这并不意味着可以省去必要的礼貌用语和措辞。商务信函的行文要注意礼节，做到不卑不亢，尽量照顾到对方的情感。

【例】 I am flattered by your invitation to speak at your annual convention in February. Unfortunately, I have a conflict in my schedule that makes it impossible for me to accept the offer.

译文：很高兴收到贵方有关在二月举行的年会上发言的邀请。但很遗憾，会议时间与我个人的计划安排相冲突，因此无法接受这次邀请。

这句话的意图是很明显的，就是要通知对方自己无法接受邀请在年会上讲话。但作者并没有生硬地说出诸如 “I am sorry to inform you that I cannot speak at your annual convention in February” 之类的话，而是采取了一种婉拒的方式，语气上没有生硬之感，使对方更容易接受。

【例】 Your order NO.85 for 100,000 yards of Cotton Prints Art. NO.1002 is rejected.

译文：我们拒绝了你们方 85 号关于订购货号 1002 号印花布十万码的订单。

该句的确做到了直陈事实，但口气上有些冷冰冰的感觉。如果改为如下表述方式就委婉得多：

We regret to inform you that we have been unable to accept your order NO.85 for 100,000 yards of Cotton Prints Art. No. 1002.



译文：我们遗憾地通知你方，我们已不能接受你方 85 号关于订购货号 1002 号印花布十万码的订单。

4) Concreteness (具体)

一封商务信函可以体现出整个公司的整体面貌，因此在行文中一定要认真细致，力求准确无误。这种准确性主要体现在收信人的地址书写、称呼语、数据的准确性等方面。如果出了差错再去修改，就会使对方产生疑虑和不信任感，从而影响公司的形象。在下面这个例子中，写信者将涉及的所有数据都认真地一一列举出来，使对方得到一个较确切的答复，所表达的内容准确而又生动。当涉及数据或具体的信息时（如时间、地点、价格、货号等），应尽可能做到具体。这样可使交流的内容清楚具体，避免烦琐的回复。

Mr. Vanice, effective February 26, 2005, we will be raising prices on black-and-white products by the following percentages:

PAN F, FP4, HP5, PAN film all types	3.6%
XP-1 film except 36*exposure	3.6%
XP-1 film 35mm, 36*exposure	12%
Bornesprint paper	5.0%
Bornesobrom paper	8.0%

.....

假如这封信中并没有明确写明各产品的价格上涨幅度，有意订购的客户们会回函索取，从而进一步增加双方的工作烦琐程度。因此，写信者应尽可能给对方一些详细的信息。

除上述 4 项之外，商务信函的文体特点还包括 **completeness**（完整）、**correctness**（正确）、**consideration**（体谅）等方面，在此就不一一展开说明了。总之，上述 7 个“C”是写好一封商务信函的基本指导原则。

2. 修辞特点

前面已提到了商务信函的简洁性，要求写信人尽量使用一些简单的词汇和易懂的语言，但这并不意味着商务信函在表述上越简单越好。商务信函是一种很正式的书面文体，涉及大量的固定用语。我们在写作时要准确恰当地使用这些用语，将商务信函的正式与郑重体现出来，尽量避免使用口语体的表述方式。

【例】 We are happy with all the cooperations we had in the past and hope to receive more orders from you in the future.

译文：对于我们过去的合作，我方感到非常满意，并希望将来收到贵方更多的订单。

这句话尽管通顺自然，但稍嫌有些过于口语化。不如直接套用商务信函中的常用说法使其更加简洁、正式：



We appreciate your cooperation and look forward to receiving your further orders.

译文：我方珍惜我们过去的合作，并盼望从贵方那里获得更多的合作。

下面从选词、组句和谋篇三个层次简要探讨一下商务英语信函的修辞特征。

1) 选词

为了实现商务信函中清楚、简洁的行文特征，要尽量选用一些简单、词义较为单一的词汇来取代那些生僻、模糊、容易给读者造成误解的词汇。例如，往往使用“use”来代替“utilize”，用“before”代替“prior to”，用“if”代替“in the event that”，用“after”代替“subsequent to”，等等。商务信函不是文学创作，在选词时要尽量避免一些虚夸、华而不实的“大词”，在不失“正式”的基础上给对方一种“平易”、“亲切”的感觉。

【例】 I'm writing this letter to acknowledge receipt of your letter of 4th of June, in which you enquires about the warranty pertaining to our air conditioner.

这句话中的“pertaining to”是一个不常使用的“大词”，应该尽量避免使用，在该句中直接换成“of”就可以了。

【例】 Pursuant to your request, we are enclosing herewith a sampling of all colors available.

该句中的“pursuant to”也过于生涩难懂，换成“As requested in your last letter, ...”的说法更自然一些。

2) 组句

(1) 借助虚拟语气。为了实现“courtesy”的原则，商务英语信函中经常使用虚拟句。虚拟句使用得当，会使信函表现出一种高雅的氛围，从而更加彰显商务信函的正式性。

【例】 If another instance of this discrepancy between the sample and the goods received occurs, it will be very embarrassing.

If another instance of this discrepancy between the sample and the goods received should occur, it would be very embarrassing.

第二句采用了虚拟语气，使语气变得更加婉转，符合商务信函的礼貌原则。

下面来看更多例子。

【例】 It would be helpful if you could supply samples.

译文：如贵方能提供样品，将为我方提供很大方便。

【例】 We would like to inform you that a number of pieces of crockery were damaged on your shipment to Dolly Enterprises Pte. Ltd., Singapore.

译文：兹告知贵方，所运货物中的几件陶器在运往新加坡的 Dolly 企业有限公司的途中遭到损坏。

【例】 I would appreciate your sending me an up-to-date price list for your building materials.

译文：如贵方发来最新的价目表，我方将不胜感激。



【例】 We should be obliged if you would send us by airmail the duplicates of the Certificate of Origin and the Commercial Invoice.

译文：如贵方能够航寄产地证书和商业发票一式两份，我方将不胜感激。

【例】 Would you please send us your catalogue, with full details of your export prices. We should appreciate any samples that you can let us have.

译文：请问贵方能否向我方发来标有详细出口价格的产品目录？如能提供一些样品，我方将不胜感激。

(2) 突出对方本位 (you-attitude)。“对方本位”是商务信函写作中的一个重要概念，它要求写信者充分照顾到读信者一方。换句话说，就是要在构思商务信函时以读信者为中心，设身处地为对方考虑，抓住对方的兴趣所在，明确自己写信的目的。体现在用词方面，就是多用第二人称“you”。但这并非要求我们不用第一人称“I”或“We”。只有“你”、“我”并用的时候才能更充分地体现双方的互动。

【例】 I would appreciate it if you would notify me if you wish to cancel your application for any reason.

译文：如贵方可通知我方是否会因某原因希望取消申请，我方将不胜感激。

原句中用了三次第二人称，但也不乏第一人称“I”和“me”。

【例】 If you are interested in any of the items, please don't hesitate to let us know.

译文：如果贵方对任何产品感兴趣，请尽管告知我方。

【例】 Please let us know if you wish to proceed with the order for the new model. If you would like any more information, do please call me.

译文：如贵方有意订购这种新产品，请通知我方。如贵方还需要其他信息，也请电话告知。

(3) 注意使用温和的语气。商务交往中难免会有各种各样的分歧。为了避免因话语过于生硬而冒犯对方，在商务英文信函写作中尽量使用如“I'm afraid that...”、“I think...”、“I believe...”等表示所述内容仅代表自身观点的表述方式。有时还要在语气上作出一定的让步，如使用“I admit that..., but...”、“We do not deny that..., but...”等语法。

【例】 I'm afraid we can't accept “Cash Against Document on arrival of goods at destination”.

译文：我方恐怕不能接受货到目的港后凭单付款的支付方式。

【例】 We apologize if you did not enjoy our cheese. However, on the order form in our catalog, it clearly states that the sale of all perishable items is final.

译文：我方对贵方不满意我们提供的奶酪表示歉意，但在我方产品目录的订货单中已明确说明所有易腐品是不能退货的。

【例】 We do not deny that the quality of your asparagus is slightly better, but the difference in



price, should, in no case, be as big as ten percent.

译文：我们不否认你方芦笋的质量稍高一些，但其差价无论如何也不应大到 10% 的程度。

3) 谋篇

商务英语信函一般不是孤立的，一笔交易、一项商务往来往往会涉及一系列相互关联的信件。从这种意义上讲，商务信函的开头部分往往发挥着承上启下的作用。而在某一商务信函的句与句之间，段落与段落之间，也存在着较强的逻辑性。这些逻辑关系都是通过一些连接词和承上启下的句子实现的。

【例】 Thank you for your letter of May 26 concerning our catering equipment.

译文：感谢你方于 5 月 26 日发来的询问有关餐饮设备的来函。

【例】 Your letter of 16 April convinced me to place at least a trial order for the GL Model you spoke about. Therefore, we enclose order No. 32.

译文：对于贵方 4 月 16 日的来函中谈及的 GL 型号产品，我们认为应该尝试性地订购一个最小量。鉴此，随函附上我方的第 32 号订单。

【例】 Your fax of August 9 has been received with many thanks.

译文：贵方 8 月 9 日的传真已收悉，在此表示感谢。

【例】 We refer to our order No. 0134 of August 15 for air conditioners.

译文：兹谈及我方 8 月 15 日空调订单事宜。

上述各句在信文中属于中心句，或者提及上次信函，或者提及本封信的中心议题，起着承上启下的作用。

6.2.3 商务信函的翻译技巧

商务英语信函翻译属于商务英语翻译的范畴。根据具体的需要，在翻译中要遵循具体的翻译规律。商务英语是应用型的文体，讲究翻译的准确通顺，要达到准确传达原文意思的目的，同时要兼顾译文中特殊的文体特征，在选词上做到忠实于原文。

与其他文体的翻译一样，商务英语信函的翻译也包括英汉翻译和汉英翻译两种，鉴于篇幅有限，在此只介绍一下英汉翻译。

1. 词的翻译

1) 称呼语的翻译

首先来谈谈称呼语的翻译问题。我们知道，英文书信称呼语中常常用到“dear”一词，它和中文中的“亲爱的”之间并不存在对等性，如果将商务信函的“dear”一律翻译成“亲爱的”就贻笑大方了，在此可以采取省译的办法，或者翻译为“尊敬的”。对于“Dear



Sirs/Madame's" 和 "To whom it may concern" 之类的说法,不妨译为“敬启者”、“谨启者”、“台鉴”、“尊鉴”等。

2) 信尾敬语的翻译

英语书信中信尾敬语的表达方式很多,主要有“Sincerely yours”、“Yours sincerely”、“Sincerely”、“Cordially”、“Faithfully yours”、“Yours faithfully”、“Best regards”、“Best wishes”等,不妨翻译为“谨上”、“敬上”、“谨启”或“顺致敬意”等。在实际操作中,书信的翻译往往会根据具体需要采用摘译的方式,信尾敬语等一些无关大局的词汇不必译出,而只将信函正文或正文中的一部分内容译出即可。

3) 其他谦辞、敬辞的翻译

另外,为了体现商务信函的正式性和对读信人的尊敬,在英译汉的过程中应按照中文书信的谦辞和敬辞的用法相应翻译英文中的一些词汇。例如,将“you”翻译为“贵方”或“贵公司”,将“we”译为“敝公司”等(为了避免给读者造成用语过于陈旧之感,将“we”译为“我们”或“我方”也没有什么不妥之处)。对于英文中的一些谦辞,如“appreciate”、“grateful”、“obliged”、“allow us”等,也可以相应译为“恳请”、“惠请”、“……将不胜感激”等。

【例】 We are a large chain of retailers and are looking for a manufacturer who could supply us with a wide range of sweaters for the teenage market.

译文: 敝公司是一家零售连锁商店,正在寻找能向我们提供各种青少年运动衫的制造商。

【例】 I would appreciate your sending me an up-to-date price list for your building materials.

译文: 如果贵方能够发给我公司你方建筑材料的最新价格单,我将不胜感激。

【例】 We would be very grateful if you could let us know your quotations and usual trade terms.

译文: 如果贵方能够提供你们的报价和通常的贸易条件,我们将不胜感激。

【例】 We should be obliged if you would treat this order as urgent and arrange for immediate delay.

译文: 如果贵方能紧急处理各项订单并安排立即装运,我们将不胜感激。

4) 一词多义情况下的词义选择问题

一词多义情况下的词义选择问题普遍存在于各种文体的翻译中,在商务信函翻译中尤为突出。英语单词一词多义的现象非常普遍,词义选择不当会使译文与原文意图大相径庭,从而对原作者意图的正确传达。现以“due”一词为例,简要分析一下词义选择的重要性。

【例】 The improvements in this new edition are largely due to his efforts.

译文: 该新版本的改进主要归功于他所做出的努力。(due to: 由于, 归功于)

【例】 The amount you owe us that's 45 or more days past due is \$325,000.

译文: 如果到期后 45 天或以上贵方仍未付款,贵方的应付金额为 325000 美元。(adj. 到期的)



【例】 The interest rate will be 14.9%, provided that you pay the minimum current due by the stated deadline.

译文：如贵方在上述期限到来之前付清了应付的最小金额，我们给出的利率将是 14.9%。(adj. 应付的)

【例】 This deposit was due within 10 days of the date of the acknowledgement of your reservation.

译文：该押金将于贵方订购通知之日起的 10 内到期。(adj. 到期)

【例】 We have booked shipping space on the s.s. Daiwa Maru, which is due to leave Qingdao on August 31.

译文：我方已经在 Daiwa Maru 号货轮上预订了舱位，并预计将于 8 月 31 日驶离青岛。(adj. 预计的)

【例】 The next train to London is due at 16:00.

译文：开往伦敦的下一趟列车预计将于 16:00 到达。(adj. 预计到达)

【例】 We shall reply to you after due consideration.

译文：在做出适当考虑之后我们将就此事回复贵方。(adj. 适当的)

5) 缩略词的翻译

商务英语信函中常运用一些缩略词和缩略语。在商务信函中，也可以适当地运用缩略词和缩略语来精简文字。对于一些大家熟知的，在电视、报纸、新闻、杂志上频繁出现的缩略词或者缩略语，可以适当地用在商务信函中。这样既可使自己的信函更加短小精悍，又能使读信人一目了然。

(1) 表示时间的词。在具体钟点后面加上 “a.m.” 或 “p.m.” 来表示上午或者下午。

【例】 10:00 a.m. 上午八点

4:00 p.m. 下午四点

9:20 p.m. 表示晚上九点二十分

(2) 一些国际、区域性组织的名称也可用英文首字母的大写来表示。

【例】 WTO (World Trade Organization) 世界贸易组织

UN (the United Nations) 联合国

NATO (North Atlantic Treaty Organization) 北大西洋公约组织

(3) 一些电器用品也有自己的缩略词表示方法。

【例】 TV (Television) 电视机

HDTV (High-Definition television) 高清电视

Hi-fi (High Fidelity) 高保真音响

DVD (Digital Video Disc) 数字视频光盘

(4) 一些国际贸易术语也采用缩略语的形式。

【例】 FOB (Free on Board) 出口地船上交货 (即所谓的 “离岸价”)



C&F (Cost and Freight) 成本加运费

CIF (Cost, Insurance and Freight) 成本加保险费、运费

在商务英语信函中恰当地使用常见的和人们熟知的缩略语可使信函更加简洁明了。但缩略语也不能滥用，如果使用一些不常用的，只会使自己的信函变得生涩难懂，给商务交往带来不便。

6) 复杂数字的翻译

我们知道，汉语中表示数字的单位有“个”、“十”、“百”、“千”、“万”、(十万、百万、千万、)“亿”等。而英语中表示数字的单位有“hundred”、“thousand”、“million”、“billion”、“trillion”。可以看到，中英文中表示数量的单位中除了“个”、“百”和“千”三个单位以外，其他的都不能对应起来。这就给翻译复杂数字带来了困难，需要进行一定的单位转化。

【例】 It covers a total of five hundred forty-nine million nine hundred forty-six thousand seven hundred and sixty-eight square meters.

为了更加直观一些，我们可以将这一数字记录为：549 m 946 th 768 sqm

英语中的“million”在汉语中没有对应的单位，汉语中只有“万”、“亿”这样的单位。也就是说，英语中的数字是每三位数为一组进行划分的，而汉语的单位是以每四位数为一组划分的。既然这样，便可以对上述数字进行重新分组为：5，(亿) 4994，(万) 6768。

这样处理之后的数字便很容易用汉语表达出来了：五亿四千九百九十四万六千七百六十八。

当然，笔译过程中往往不需要将复杂数字读出。原文中的数字 549, 946, 768，在译文中只需要照抄过去即可。

2. 句子的翻译

英语是形合 (Hypotaxis) 的语言，汉语是意合 (Parataxis) 的语言。所谓形合，是指“词语或分句之间通过语言形式手段 (如关联词) 连接来表达语法意义和逻辑关系”；所谓意合，是指“词语或分句之间不用语言形式手段连接，句中的语法意义和逻辑关系通过词语或分句之间的逻辑关系来表达”。换句话说，形合是借助语言形式手段来实现词语和分句的连接；意合则不借助语言形式，只需要做到语义搭配，逻辑条理，句子的意思便一目了然。前者注重语言形式上的衔接 (Cohesion)，而后者则注重行文逻辑上的连贯 (Coherence)。

另外，与翻译理论中讲到的一般性翻译技巧相一致，商务英语信函翻译中也要借助词类转换、语序调整、省词、语气转换、分句、合句等各种手段，将原句中的信息准确、通顺地转化成目的语。下面通过一些具体的实例简要说明几种翻译手段的应用。

1) 词类转换

词类转换是指在翻译中，将源语中属于某种词性的词语翻译为目的语中属于另一种词



性的词语。这种翻译方法在英译汉中经常使用。下面将从几个方面来讨论。

(1) 名词的转换。英汉两种语言相比较, 英语中常用表示动作的名词, 而汉语中动词用得更多一些。由于这种表达习惯的不同, 英译汉时需要将英语中大量动作性名词转译成汉语的动词或形容词。

【例】 With regard to your request for the inclusion of this order with your quarterly order, we regret that this will not be possible since it would involve extended credit at maximum discount.

译文: 对于贵方提出的将该订单并入贵方季度订单中去的要求, 很遗憾我方认为没有这种可能性, 原因是这样做会涉及在最大折扣方面展延信用证的问题。(名词转换为动词)

【例】 In September we placed an order with you for our Christmas requirements, including the special gift set of assorted wine glasses.

译文: 我方于今年九月向贵公司订购了一批圣诞节用品, 包括各种酒杯礼品套装。(名词转换为动词)

【例】 In view of our success in cooperation, we are considering the possibility of placing more orders from you in the third quarter of this year.

译文: 鉴于我们双方在过去合作非常成功, 我方正在考虑第三季度从贵公司订购更多商品。(名词转换为形容词)

(2) 动词的转换。英语中有很多由名词派生的动词以及由名词转用的动词。这些词语在汉语中找不到相应的动词。在翻译实践中, 需要将这些动词转译为名词。

【例】 In the past, your work has been characterized by an attention to some details that were superior to those of your competitors instead of the quality of your products as a whole.

译文: 过去, 贵公司的特色是关注了一些优于你方竞争对手的产品细节问题, 但忽略了产品的整体质量。

【例】 Shortage of raw materials cannot justify your indefinite delay of shipment.

译文: 原材料的短缺无法成为贵方无限期推迟交货的正当理由。

(3) 形容词的转换。在将英语的名词译成汉语的动词时, 修饰该名词的形容词往往要转译为副词。

【例】 We hope you could give serious thoughts to this problem again.

译文: 我们希望贵方能再认真地考虑这个问题。(形容词转换为副词)

【例】 The relationship between color and products should have been obvious.

译文: 颜色和产品之间显然应存在着一定的关系。(形容词转换为副词)

(4) 介词的转换。

【例】 Annual subscription for four issues of this journal is \$49 plus postage and handling (\$16.00).



译文：本杂志每年 4 期，全年订阅 49 美元，外加 16 美元的邮寄费用。（介词转换为动词）

- 【例】 What's more, there's no risk that you will be without a machine for long. While our service people are serving your machine, we'll provide you with a temporary machine until yours is up and going.

译文：另外，贵方可以避免长期没有机器使用的情况发生。在我方维修人员对机器进行维修时，我们会向贵方提供临时使用的机器，直至贵方机器正常运转止。

- 【例】 Thank you so much for your attending our annual meeting. We appreciate your taking time from your busy schedule to be with us.

译文：非常感谢您能够参加我们的年度会议。对于您在百忙之中抽出时间与我们共度时光，我们非常感激。

- 【例】 Mr. Nicholas is currently away on business. I will bring your material to his attention immediately upon his return.

译文：尼古拉斯先生目前在外出差。等他回来后我会立即将材料转交给他办理。

2) 主、被动语态的转换

英语中使用的被动语态比汉语中多。英语中一些使用被动语态的句子在译成汉语时需要转换成主动语态。在很多情况下，汉语中的主动语态可以表达被动的含义。

- 【例】 Attached is our CFR quotation for Hand Tools and we are sure you will find our prices workable.

译文：随函附上我方手工工具的 CFR 报价。我们相信贵方会发现我们的价格是可行的。

- 【例】 Please be assured that our products can stand competition.

译文：请相信我们的产品能够经受住竞争的考验。

- 【例】 You can rest assured that we will be changing our insurance company as soon as possible.

译文：请放心，我们会尽快变更我们的保险公司。

- 【例】 Please be assured this will never happen again.

译文：请放心，这种事情今后再也不会发生了。

3) 增词

增词是指根据英汉两种语言不同的思维方式、语言习惯和表达方式，在翻译时增添一些句子成分，以便更准确地表达出原文包含的意义。这种翻译方法叫做增词译法。具体而言，就是在原文的基础上添加必要的单词、词组、分句或完整句，从而使译文在语法、语言形式上符合汉语的习惯，并使译文在文化背景、词语联想方面与原文保持一致，以达到译文与原文在内容、形式和精神方面对等起来的目的。

- 【例】 For details, please refer to the copy of its prospectus we are sending you by courier.

译文：要了解更多细节问题，请参考我方通过快递方式寄至贵方的说明书。



4) 定语从句

英语句子中多用定语从句。有人将英语句子比喻为“葡萄状”结构，而将汉语句子比喻为“竹节状”结构，形象地描述了中英文句子结构的差别。这种差别要求在进行长难句的英汉互译时要根据译入语的行文习惯相应采用分句或合句的译法。

对于限制性定语从句，可以将定语从句中的成分前置于被修饰词之前。

【例】 I'll give your office a call early next week to set up a meeting time that works for all of us.

译文：我会在下周打电话给您的办公室以确定一个对我们大家来说都合适的会议时间。

但如果定语从句中的修饰成分过长，可以采用分句的方式翻译。

【例】 We will mail you monthly account statements that will provide you with current outstanding charges and interest information.

译文：我们可每月向贵方邮寄一份账面清单，该清单可向您提供“未付费用”和“利息”等方面的信息。

非限制性定于从句对先行词不起限制作用，只起描述、解释的作用。在翻译这类从句时，可以将它处理成一个分句翻译出来。

【例】 You can also call my personal extension in my office, which is 617-555-2345, and leave a message for me.

译文：您也可以拨打办公室的个人电话并给我留言。我的电话是：617-555-2345。



Part II 项目任务

Task 1 称呼语、信尾敬语、谦辞、敬辞的翻译

1. 请根据如下通信地址写出各收信人的敬称。

(1) Mr. Bertrand R. Levine

Levine's Lumber Land

P.O. Box 567

Richmond, South Dakota 34345

(2) Dr. Lionel T. Aramet

Department of Economics

Transit University

43 Alban Hall West

Transit, New York 45355



Ms. Zoe Long
Permissions Editor
Andoris Publishing Company
86 Grampian Way
Plattsburgh, New York 12323

2. 请列举出至少 5 种结尾敬语的写法。

3. 请翻译下面各句，注意其中谦辞、敬辞的译法。

I would be very grateful if, in your reply to that letter, you could give me the address of your office in Bangkok and the name of the manager.

I would be very pleased if we could have lunch together after our meeting on 10 March. Please could you let me know if this is possible.

If you have any further questions, please do not hesitate to contact me.

Since we haven't heard from you yet, I thought I'd sue this opportunity to remind you to review the proposal, which we believe will address your needs efficiently and profitably.

I would appreciate it if you would notify me if you wish to cancel your application for any reason.

Please accept our deep and sincere apologies. On behalf of the Hoodle Company, I wish to express our regrets and assure you that all efforts have been made to rectify your situation.

We sincerely hope that our request will meet with your approval.

We have received with thanks your quotation of Jun. 1st and are pleased to send you the following order, which we trust will receive your best attention.



Task 2 缩略语的翻译

对号入座（将左面的英语缩写与右面的中文进行搭配）。

Rd.	抄送
S/C	传真
Sq.	由……转交
Corp./Inc.	敬启者
Dear Mr. Smith	附言
Encl.	进出口
Tel.	广场
c.c.	成本加运费
Your Ref./Our Ref.	工厂交货
M/T	路
T/T	货轮
D/A	尊敬的史密斯先生
D/P	经办人
Co., Ltd.	公司
p.s.	附件
S/S	街
Mr./Mrs. Miss/Ms/Messrs	销售合同
TEU	付款交单
c/o	电话
CIF	你方案号/我方案号
Fax	信用证
Imp. and Exp.	信汇
Sub.	提单
CPA	电汇
St.	有限公司
asap	成本加运费加保险费
attn.	整箱货
MNC	尽快
CFR	事由
EXW	合资经营企业
lb	拼箱货
FOB	20 英尺标箱



J. V.
L/C
B/L
FCL
LCL

注册会计师
磅
跨(多)国公司
承兑交单
离岸价

Task 3 一词多义的翻译

1) provide

We strive to provide the best service possible to our customers.

Provided that you pay the minimum current due by the stated deadline, the interest rate will be 14.9%.

2) interest

Thank you an interesting meeting yesterday. I appreciate the time and information you shared with me.

Mr.Budd, in the interests of business, agreed that dark brown would be very nice.

Thank you for your interest in FLOORBOARD products and systems. We have enclosed the information you requested for your review.

If you are interested in additional information, please call me at 888-8888.

There will be no interest charged for the first three months. Therefore, the interest rate will be 14.9%, provided that you pay the minimum current due by the stated deadline.

I read with interest your advertisement for an exercise machine in the most recent edition of The Armchair Reader's Review.

Again, thank you for your interest in our organization and for having taken the time to talk with me.

I regret to inform you that a candidate was chosen shortly before your letter of interest arrived.



(letter of interest: 投资意向书)

3) shipment

The shipment should arrive in Cambridge by Thursday of this week. (一批货)

After receiving your letter of May 15, I checked our warehouse and found that the original shipment of computer tables was mistakenly returned to us. (一批货)

We apologize for the error we made in shipment. (装运)

Shipment will be made in April as contracted. (装运)

4) due

Due to the technical difficulties we have in processing microfilm, I am unable to provide better quality copies. (due to: 由于)

Your dues will be \$50, plus a membership fee of \$20. (应交金额)

A service charge is added to past-due balances that are not paid by the 25th day of the billing month. (past-due: 过期的)

We are still waiting for the payment of \$650 due since June 8, 2007. (due: 应付金额)

Your account is overdue for \$650, as we previously noted in our correspondence. (到期未付)

The next train to London is due at 16:00. (应到达)

Payment falls due this month. (到期)

5) appreciate

I would appreciate it if you could notify me if you wish to cancel your application for any reason. (感谢)



I can appreciate how busy you must be handling the installation of a new computer system at your company. (领会; 认识到)

We appreciate your business and want you to know that we look forward to continuing to serve your entertainment needs in the future. (欣赏)

We thank you for your inquiry of Aug. 20 and appreciate your interest in our products. (感谢)

There was an appreciation of 30% in the value of real estate. (增值)

6) stock

Please reply as soon as possible because we don't have sufficient stocks. (充足的存货)

The aftereffects of the recent stock market plunge have left consumers confused and uncertain over both the economy's future and their own financial situations. (stock market: 股票市场)

I regret to inform you that the item you ordered is no longer in stock. (be in stock: 有库存)

Thank you for your order for 500 Acmeplus 320 double-sided, high-density computer disks. Unfortunately, that item is out of stock. (out of stock: 没有库存)

The annual meeting of stockholders of Dover Company will be held in Boonton, New Jersey, on April 27, 2008. (stockholder: 股东)

When the stock market languishes, Clarkson Community College continues to flourish doing what it does best—educating students. (stock market: 股票市场)



Part III 项目训练

1. 词组搭配。

- | | |
|---|------------------|
| (1) counter-offer | A. 销售确认书一式二份 |
| (2) Force Majeure | B. 转运 |
| (3) insurance policy | C. 有现货 |
| (4) down payment | D. 支付条件 |
| (5) in compliance with | E. 与……一致; 按照; 根据 |
| (6) principal | F. 不可撤销信用证 |
| (7) agent | G. 稀少 |
| (8) make sb. a firm offer | H. 运费预付 |
| (9) in conformity with | I. 还盘 |
| (10) confirmation of sales in duplicate | J. 代理人 |
| (11) partial shipment | K. 不可抗力 |
| (12) in accordance with | L. 依照; 符合, 与……一致 |
| (13) terms of payment | M. 定金 |
| (14) freight prepaid | N. 依照; 应……的要求 |
| (15) transshipment | O. 分批装运 |
| (16) few and far between | P. 报实盘 |
| (17) available from stock | Q. 保险单 |
| (18) irrevocable L/C | R. 委托人 |

2. 英译汉训练。

- (1) We should be obliged if you would let us know if the said company is reliable in repaying debts, and also if they pay promptly.
- (2) As requested, we are sending you herewith our Profoma Invoice No. 234 in duplicate for shirts.
- (3) This quotation is subject to our final confirmation.
- (4) According to our usual practice, insurance is to be effected for 110% of the invoice value.



(5) We regret to inform you that your shipment did not include all the items we have ordered.

(6) Be sure to ship the goods before October as what we ordered is seasonal goods. or we will not be able to catch the season.

(7) We have examined the sample and are prepared to place a trial order provided you can guarantee shipment on or before 31st August.

(8) We note with pleasure that you have decided to purchase from us 800 metric tons of soya beans on the basis of our offer.

(9) Please send us the insurance policy together with your receipt for the premium paid as soon as possible.

(10) In compliance with your request, we have covered the shipment against All Risks for 110% of the invoice value with the Pacific Insurance Company.

3. 汉译英训练。

(1) 盼早复。(look forward to)

(2) 我们从我们驻贵国大使馆的商务参赞处了解到贵公司是桌布购买的大客户。(learn from...that)

(3) 我们非常感谢贵方对我方报价的快速回复，并愿意借此机会与贵方谈成一些交易。

(4) 如果贵方对小册子中的任何产品感兴趣，请尽管告知我方。

(5) 为促进我们双方的贸易关系，现另封航寄产品的样品给贵方供参考。

(6) 我们遗憾地告知贵方，该付款条件不符合商业惯例。

(7) 我方有意从贵方进口海尔牌电冰箱，希望贵方能够将产品目录寄至我方。



- (8) 请随时通知我方价格的波动情况。
- (9) 贵方若能迅速而仔细地处理此事，我们将不胜感激。
- (10) 对于超过 5000 美元的订单，我们通常给予 3% 的折扣。

4. 整篇翻译。

- (1) 请将下面一篇商务信函翻译成汉语。

Dear Mr....,

We are sorry to learn from your letter of the 20th May that some of the TV sets supplied to the above order were damaged when they reached you. We will certainly replace them and have in fact instructed our Qingdao Branch send them soon.

We will do our best in the future to improve our methods of handling so as to avoid further inconvenience to other customers.

Yours sincerely,

Zhao Dongming

- (2) 请将下面一篇商务信函译成汉语。

6123 Farrington Road

Apt. B11

Chapel Hill, NC 27514



January 11, 2005

Taylor, Inc.

694 Rockstar Lane

Durham, NC 27708

Dear Human Resources Director:

I just read an article in the News and Observer about Taylor's new computer center just north of Durham. I would like to apply for a position as an entry-level programmer at the center.

I understand that Taylor produces both in-house and customer documentation. My technical writing skills, as described in the enclosed resume, are well suited to your company. I am a recent graduate of DeVry Institute of Technology in Atlanta with an Associate's Degree in Computer Science. In addition to having taken a broad range of courses, I served as a computer consultant at the college's computer center where I helped train users to work with new systems.

I will be happy to meet with you at your convenience and discuss how my education and experience match your needs. You can reach me at my home address, at (919) 233-1552, or at krock@devry.alumni.edu.

Sincerely,

Raymond Krock



5. 商务英语信函写作练习。

请按下面的英语提示给 The American Continental Foods Import Co. Ltd. 的史密斯先生写一篇告知对方订购的 100 箱绿茶 (Green Tea) 暂时缺货的商务信函。

首先感谢对方对绿茶的订购 (Thank you for your order of...)。

贵方的部分订货 (50 cases) 今晨已发出并应在 10 日内到达。同时遗憾地告知, 为满足对方的订购, 我方已用尽了所有的库存 (depleted the stock), 并在积极向生产商订购订单的剩余部分 (the remainder of your order)。预计对方可在一个月内收到订单的剩余部分。对这次延误交货表示道歉。

再次对贵方的订购表示感谢。并希望在今后会有更多的贸易往来。



Part IV Useful Words and Expressions

up-to-date ['ʌptə'deɪt]

a. 现代化的, 最新的

duplicate ['dju:plɪkɪt]

n. 副本, 复制品, 备份文件

catalogue ['kætə'lɒɡ]

n. 产品目录

order ['ɔ:də]

n. 订单

brochure ['brəʊʃə]

n. 小册子

offer ['ɔ:fə]

n. 出价, 报价, 报盘, 出售

counter-offer ['kauntə ɔ:fə]

n. 还价, 还盘

concerning [kən'sə:nɪŋ]

prep. 关于

grateful ['greɪtful]

a. 感激的, 感谢的

obliged [ə'blaɪdʒd]

adj. 感激的

quotation [kwəʊ'teɪʃən]

n. 引语, 报价, 行情

justify ['dʒʌstɪfaɪ]

vt. 证明……正当 (或有理), 成为……的正当理由

principal ['prɪnsəp(ə)l]

n. 委托人, 本人; a. 主要的



provided [prə'vaidɪd]	conj. 假如, 若是
overdue [ˌəʊvə'dju:]	a. 过期的, 到期未付的
prospectus [prə'spektəs]	n. 章程, 内容简介
agent ['eidʒənt]	n. 代理人, 代理商
discount ['diskaʊnt]	n. 折扣, 回扣
transaction [træn'zækʃən]	n. 交易, (事务) 处理, 办理
countersign ['kauntəsain]	v. 会签
arbitration [ˌɑ:bi'treɪʃn]	n. 仲裁, 公断
transshipment/transhipment [træns'ʃɪpmənt]	转运
partial shipment	分批装运
Freight Prepaid	运费已付
cotton print	印花棉布
in no case	无论如何不, 决不
trial order	试订单, 试订货
refer to	提到, 谈及
FOB (Free on Board)	出口地船上交货, 离岸价
C&F (Cost and Freight)	成本加运费
CIF (Cost, Insurance and Freight)	成本加保险费、运费
packing list	装箱单
with regard to	对于
in view of/considering	鉴于
place an order with	向……订货
on behalf of	代表
exclusive agency/agent	独家代理/人
interest rate	利率
due to	由于
stock market	股票市场
be in stock	有库存
be out of stock	无现货的, 脱销的
stock market	股票市场
be subject to	以……为准
insurance policy	保险单
in compliance with	依照



look forward to	盼望
apply for	申请
in addition to	除……外
establish business relations	建立业务关系
avail oneself to	(某人) 利用
comply with	遵从, 依照, 符合
in duplicate/triplicate/quadruplicate	一式两/三/四份
terms and conditions	条款

Module 7

Business Reports



Part I 项目准备

7.1 商务报告简介

随着近年来我国经济的快速发展，同世界其他国家和地区的经济交往日益紧密，英语商务报告被广泛使用，如项目建议书、策划书、项目进展报告、投资收益报告、市场调查报告、市场分析报告等。





7.1.1 商务报告的定义

商务报告是国际商务活动中对已经完成的工作向上司作的书面汇报，是公司中一种篇幅较长的、更深入的、有事实和观点的沟通方式，通常作为决策和行动的基础。写商务报告的目的在于通过对有关事情的调查研究，获取有用信息，并在此信息的基础上得出结论；同时还需要提出建议，以便为商务报告读者提出工作上的思路，为工作中的下一步决策提供可以参考的信息。

7.1.2 商务报告的结构

商务报告一般可以分为三大部分：引言部分（Introduction）、正文部分（Body）和结尾部分（Final Section）。从具体内容来说，又可以分为如下几个小的部分。

- （1）摘要（Executive Summary）：简述报告的背景、主要结论和建议，常写在报告的后面。
- （2）目的（Terms of Reference）：说明为什么要写这个报告，谁要求写的。
- （3）方法（Methodology）：说明用什么方法获得此研究成果。
- （4）调研结果（Findings）：阐明调研结果。
- （5）结论（Conclusions）：说明研究成果意味着什么。
- （6）成本（Costing）：说明结论背后可能需要的费用。
- （7）建议（Recommendations）：说明根据调研结果，应当采取什么措施。
- （8）附件（Appendices）：报告内容本身容纳不了，但又必须包括的庞大的附加材料。

7.2 商务报告的语气特点

翻译下面商务报告中摘选的句子，体会其语气特点。并判断其是正式的还是非正式的，是确定的还是推测性的语气。

- （1）I definitely would not be in favor of such a change.
- （2）It may be the case that the services of an external consultant are unnecessary.
- （3）As the last staff survey suggested that just over half of the workforce don't appear to like the idea of introducing flextime, it might be a good idea to do another survey.



(4) It was noted that 53% of respondents were of the opinion that there was a clear need to improve the quality of the company's products.

(5) We should certainly do something about improving our service.

从上面的例子可以看出，商务报告的语气有正式和非正式之分。从根本上来说，语气取决于读者。语气受作者和读者关系的正式程度和作者在公司相应地位的影响。正式语气的标志主要有：使用被动语态，使用技术性的或者复杂的词汇，不使用词组，使用准确的数字，使用冗长、结构复杂的句子。非正式语气的标志主要有：使用主动语态，使用缩略词和缩写词，使用第一人称代词，使用口头表达方式，使用近似数据，使用短句子。

7.3 商务报告的语言特点

商务报告属于应用文体，文中体现比较正式的语体，不能使用艰涩、古板的词，不具有文学语言的夸张、渲染功能。一般来说应体现如下语言风格。

7.3.1 词汇特征 (Lexical Characteristics)

商务报告的词汇特点主要体现在如下几点：

首先，在商务报告中多使用简单和人们熟悉的词汇。例如，使用“build”、“make”，而不使用“construct”。再如，使用“start”或者“begin”，而不使用“initiate”。

其次，用词尽量简洁，避免啰嗦。例如，使用“that we recommend”，而不使用“the course of action our recommendation”。再如，使用“since”，而不使用“owning the fact that because”。

最后，在商务报告中避免名词堆砌、过度使用名词作修饰语。

【例】 Three classifications of nominalizations are processed by this office and finalized for payroll name entry action by the controller's office.

显然，句子中“classifications”就是“classes”的一种冗余表达，而“nominalizations”就是“names”和“workers”的含义。而“payroll”、“name”、“entry”、“action”就是名词堆砌，可以用动词更有力度地表达出来。上句可以改成：

The office handles three classes of workers and sends their names to the controller who enters them on the payroll.



7.3.2 句法特征 (grammatical characteristics)

句子应该遵循简单、多样化的原则。简单是所有商务问题的基本语言特点，不管是正式的还是非正式的报告，都要体现这一语言特点。多样化指根据报告的读者，报告的语言也应该有所变化，不要千篇一律。长句短句搭配使用，语言具有节奏感，这也是商务报告的语言特点之一。全部用太复杂的句子结构，容易令人费解，而太简单的句子用多了又显得不正规，所以要注意句子结构有变化，简单句和复合句搭配使用，力求生动。可以借助表格、图表、照片等来缩短报告的篇幅，讲明报告内容，增强文章的可读性，报告中的图表会简化信息，增加视觉效果和趣味性。

首先，商务报告通常强调主谓语的重要性和在一个句子中的地位，并充分发挥主要主语和谓语动词的力度，将主谓语放在突出的位置，同时将要表达的核心意思放在主谓语中。

【例】 By definition, the practice(main subject)of redlining is(main verb)an instance of arbitrary discrimination against individuals.

在本句中，主谓语被“practice”、“is”这些抽象空洞的词语所浪费。主谓语应该有效地表达出动作的发出者和承受者之间的关系。如果将“redlining”改成主语，谓语可以直接用“discriminate”来表达。这样句子可以改写如下：

By definition, redlining(main subject) discriminate (main verb) against individuals.

其次，商务报告应多用主动语态，少用被动态。因为主动句一般用词比被动句少，能够直接传递动作和力量。此外，被动句会使句子少了生气和简洁性。有时被动句缺少动作的发出者，给人的印象是躲躲闪闪。在商务报告中要注意明确施动者及动作过程，减少啰嗦的成分。例如，“You send the customer a letter informing her about the change”比被动态“A letter will be sent informing the customer of the change”要好。在本句中，如果使用被动态，会有以下缺点：被动语态句子比原有句子长，且增加理解难度；如果省略被动语态的动词的引导词，就不清楚动作的发出者。当然，绝不是说在商务报告中就不用被动语态了。在下列情况下，通常会用被动语态：①强调动作的承受者而不是发出者，如“Your order was shipped November 15”。②为了增加段落的紧凑性。如果“旧”信息出现在一个句子的句首，那么句子就容易理解。例如，“The bank made several risky loans in the early 1990s. These loans were written of as ‘uncollectible’ in 1998”中使用了“loans”使两个句子很好地连接起来。③被动语态更具有技巧性，在某些情况下可避免明确责任。例如，“The order was damaged during shipment”中，回避了损毁订单的人，避免问责。

最后，在商务报告中，常常把重要的概念放在句尾，使句子重点突出。

【例】 The company declared a profit in the last quarter as a result of software innovations that proved extremely popular with many customers.



可改写成: As a result of software innovations that proved extremely popular, the company declared a profit in the last quarter.

总之, 在书写英语商务报告时, 既要控制好表达的内容, 做到重点突出, 同时还要简约有效。

在商务报告中, 应避免使用短促、零乱的句子和不断的重复, 而使用长句来显示概念间的联系。

【例】 It should also be noted in the historical patterns presented in the summary, that tough there were delays in January and February which we realized were occurring, we are now back where we were about a year ago, and that we are not off line in our collect receivables as compared to last year at this time, but we do show a considerable over—budget figure because of an ultraconservative goal on the receivable investment. (太长)

There were delays in January and February. We knew about them at the time. We are now back here we were about a year ago. The summary shows this. Our present collect receivables are in line with last year's. However, they exceed the budget. The reason they exceed the budget is that our goal for receivable investment was very conservative. (零乱)

As the summary shows, although there were delays in January and February, we have now regained our position of a year ago. Our present collect receivables are in line with last year's, but they exceed the budget because our goal for receivable investment was very conservative. (较好)

显然最后一句更具可读性, 因为不同句型安排得当, 句子长短错落有致, 使文章的整体更加有趣, 不至于枯燥。

7.4 商务报告的翻译技巧

对于商务报告的翻译, 应该根据商务报告不同的部分, 注意使用不同的翻译方法。

7.4.1 引言部分的翻译

引言部分主要包括报告的目的、背景、范围和问题的陈述, 也就是问题的来龙去脉、前因后果等核心和根本问题。引言部分一般会用简短的语言做出概括性表述, 所以这一部分一般篇幅较短, 语言简练。根据这一特征, 译文也应该注意语言的简洁的特点。根据下面的商务报告引言部分的翻译, 体会其语言特点和翻译方法。



【例】 It has been noted in the past six months that Transpacific Shipping Inc. has had an increasing impact on the manpower market for skilled managerial-grade staff.

It was decided at the October meeting of the Corporate Planning Committee that a comparative study should be carried out of the terms and conditions of Transpacific Shipping and International Airfreight managerial staff.

The purpose of this report is to compare the terms and conditions of managerial-grade staff in this company with those of staff employed at Transpacific Shipping.

The data presented in this report was collected informally from the newly-appointed Personnel Manager at Transpacific, Wanda Cheng, during a visit to the company in later October.

译文：在过去的6个月里，人们注意到跨太平洋海运股份有限公司在劳动力市场上对资源管理人员的冲击性吸引力正不断增长。

10月份的公司计划委员会决定对跨太平洋海运和国际空运管理人员的待遇条件进行比较研究。

此报告的目的就是将该公司管理人员的待遇条件和跨太平洋海运的条件进行比较。

该报告的数据是在10月下旬访问跨太平洋时，从该公司新任人事经理 Wanda Cheng 那里以非正式方式收集到的。

7.4.2 正文部分的翻译

正文部分是商务报告的主体部分，主要包括调研结果、结论和建议等几个方面。在这一部分，应该注意主题句、数字、表格以及报告中常用句型和关联词的翻译。

1. 调研结果部分的翻译

一般情况下，商务报告的调研结果都比较简单明了，翻译时应该注意这一语言特点。有些常用句型可以有较固定的翻译。例如，“It was found that...”可以翻译为“已查实……”，“It was felt that...”可译为“已感觉到……”，“We discovered that...”可译为“我们发现……”，“It was generally the case that...”可译为“通常是这样的情况……”，“There were several...”可译为“有好几个……”，“Most people thought that...”可译为“许多人认为……”。

在这一部分中，主题句的翻译也非常重要。一般情况下，就整体结构而言，主题句非常简单，很少使用从句或复杂的分词短语。所以在翻译主题句时，也应该力求使用简单句，避免使用复杂的句子。

【例】 We discovered that there were many areas that could be improved. The organization of the



department could be improved significantly. Staff morale could be raised, and staff development could be better thought out. In all, these kinds of improvements would lead to more harmony in the department.

第一句和最后一句就是整段报告的主题句。可以译为：“我们发现有许多地方可以改进。该部门的组织可以大大改进，职员的工作热情可以提高，职员的发展也可以作更好的安排。总之，诸如此类的改进可以使本部门的气氛更加和谐。”

在调研结果部分，经常会使用到数据，所以数据的翻译也很重要。看下面的例子，体会数字的翻译方法。

【例】 Blue chips suffered too. HSBC Holidays had easily the day's highest turnover, \$655.8 million, and last \$2.50, or 3.8 per cent, to \$62.50. The Hong Kong price is now below the price of last Wednesday's placement, when the company placed up to \$ 5.12 billion of shares at \$ 64.26, believed to be mostly to London buyers, underlining comments at the time that the placement was very well timed. The next highest turnovers were in Hang Seng Bank, which fell 3.54 per cent to \$ 54.50 on volume of \$181.7 million, and SHK Properties, which dropped 2.92 per cent to \$ 33.25.

译文：热门股票也受到冲击。香港汇丰银行的股票轻易成为当日成交额最高者，成交额为 6.558 亿港元，每股亏 2.50 港元或 3.8%，降至 62.50 港元。该行的价格现已低于上星期三的排名，当时该行以每股 64.26 港元的价格成交了 51.2 亿港元，相信大多数买家来自伦敦。有评论说那次的排位恰到时机。恒生银行的成交额位居第二，其股票下跌 3.54%，跌至 54.50 港元，成交 1.817 亿港元。SHK 股票跌至 33.25 港元，下跌 2.92%。

另外，倍数的翻译也是很重要的。下面是倍数的常用表达方法以及其翻译方法。

(1) A 是 B 的 n 倍。

【例】 A is 2 times as large as B.

A is 2 times larger than B.

第一句意思是“A 是 B 的 2 倍”，第二句却不是“A 比 B 大 2 倍”。实际上，这两个句子的意思是一样的，即 A 是 B 的 2 倍。所以，作为句子翻译来说，将第二句翻译成“A 是 B 的 2 倍”比翻译成“A 比 B 大 1 倍”的效果要好一些。

【例】 它的利润增长速度是一般公司的 4 倍/比一般公司快 3 倍。

译文：Its profits are rising three times than the average company.

Its profits are rising four times as fast as the average company.

(2) 增加 n 倍。

【例】 The steel output this year has increased/gone up 3 times.

该句不能翻译为“今年的钢产量增加了 3 倍”，而应该应翻译为“今年的钢产量增加 2



倍”。使用汉语表达倍数时，只有增加多少倍而没有减少多少倍之说，如果说减少，汉语表达是减少几分之几。汉译英时，若表达增加 n 倍，应翻译成 $n+1$ 的数字结果；反之，英译汉时，应翻译成 $n-1$ 的数字结果。例如，“增加 5 倍”应翻译成 “go up six times/folds”，而不是 “five times/folds”。

(3) A 是 B 的 $1/n$ 。

【例】 The population of Russia is 5 times smaller than that of China.

错译：俄罗斯的人口比中国少 5 倍。

正译：俄罗斯的人口是中国的 $1/5$ ，或者俄罗斯人口比中国人口少 $4/5$ 。

所以此类句子的翻译句式通常为：是……的 $1/n$ 或者比……少 $(n-1)/n$ 。

(4) 数字升降的翻译。表达数字上升或增加到某一具体数字时，可用 “grow/rise/increase/jump + to” 来表达；表达增加的幅度时，则在这些动词后接 “by” + 百分数。表达数字下降或减少可用类似的表达，不过动词用 “decrease/fall/reduce/drop” 等。

【例】 Last year the total number of road accidents was 36,000, while this year the figure jumped/rose/increased to 54,000.

译文：去年交通事故共发生 35000 起，今年增加至 54000 起。

【例】 China's State Information Center predicts that China's gross domestic product will grow/increase by 9.3 percent for all of this year, with a total 13.4 trillion Yuan or 1.6 trillion U.S. dollars.

译文：国家信息中心预计，今年全年我国的国内生产总值将增长 9.3%，总计 13.4 万亿元。

【例】 China's trade surplus will decrease/drop/fall from last year's 25.4 billion U.S. dollars to this year's 4.4 billion U.S. dollars.

译文：我国的贸易顺差将从去年的 235 亿美元下降到今年的 44 亿美元。

2. 结论部分的翻译

在结论部分中，主要应该注意比较和对照、对未来预测以及报价等句型的翻译。

首先，在比较或者对照两个或者更多的事物时，常使用的词组有：“although（虽然）”、“in spite of the fact that（尽管如此）”、“however（然而）”、“despite the fact that（尽管如此）”、“even though（尽管）”、“whereas/while（而）”。

其次，会常常使用到下面的句型：

Although product A is faster than product B, it is not quite as flexible.

产品 A 虽比产品 B 运行速度快，但不如其灵活。

Despite the fact that A is not quite as good as B in terms of ..., it is just as flexible as B.

产品 A 在……方面不如产品 B 好，但和 B 一样灵活。

Even though A is not quite as popular as B, A is almost as powerful as B.



尽管 A 不如 B 那么流行，但 A 和 B 一样强大。

The situation as regard X in the two companies (company A and company B) is quite similar. However, the Y are slightly different at company B.

X (系统) 在这两家公司 (A 公司和 B 公司) 的情况非常相似。然而，在 B 公司里，Y (系统) 略有不同。

At company A, X happens, while at company B, Y happens.

在 A 公司里，X 发生，而在 B 公司里，Y 发生。

Although there are similarities in terms of X between the two companies, company A has a more ... system than company B.

虽然这两家公司之间在 X 方面有相同点，但 A 公司比 B 公司有更……的系统。

请看下面的例子。

【例】 There are many programs now that run in both Windows and on Macs, so switching or even just sharing information is easier than it used to be.

译文：现有许多程序可在 Windows 和 Mac 系统中运行，所以转换甚至仅仅分享信息也比过去容易。

3. 提出建议部分的翻译

在建议部分，常常使用一些表示建议的词汇和句型。

【例】 The company is in danger of being prosecuted for infringement of copyright laws. It is recommended that production be stepped up.

译文：该公司面临侵犯版权的处罚。建议提高产量。

【例】 We need to improve our staff's ability to communicate with foreign customers. A system of staff development should be introduced.

译文：我们需提高员工同外国顾客交际的能力。应引进一套职工发展的系统。



Part II 项目任务

Task 1 根据信息提示翻译下列句子，并体会其语言特点

1. You asked me to make a close survey of the damage. The following report is just what you wanted.

Notes: 翻译时注意礼貌简洁的语言特点。

2. Questionnaires were distributed to our clients for their completion at the end of a one-month period.



Notes: 注意被动语态的翻译。

3. The reason why I choose this plan over the other optional ones is that I find this plan has several advantages which might be easily ignored.

Notes: 注意此句的语言特点，体会复合句的翻译方式。

4. In this report we therefore aim to compare the product ranges offered by various suppliers and to base our costing on a preferred option.

Notes: 在此句的翻译中，应注意句子客观性的语言特点。

5. Steadily rising demand is why we decided to focus on the laser disc market.

Notes: 注意因果关系复合句的翻译。

Task 2 根据信息提示和注释，翻译下面的商务报告

下面是关于因太平洋海运股份有限公司和国际航空货运有限公司管理人员待遇条件的比较报告，将其翻译成汉语。

Executive Summary

Transpacific Shipping Inc. is a newly-established freighting company based in Kwai Chung. As such, it is a potential competitor for skilled (managerial-level) manpower, and therefore poses a threat to this company.

The purpose of this report is, therefore, to compare the terms and conditions offered by Transpacific Shipping with those of International Airfreight with a view to making recommendations to minimize the threat faced by this company in the managerial-grade staff market.

The report finds that in general the terms and conditions offered to managerial-grade staff at the two companies are very similar. This is not very surprising given that International Airfreight was used as one of three benchmarking companies when Transpacific Shipping was established last year. However, a number of differences were also found, notably in terms of the treatment of local and expatriate staff in the two companies, and in the way the provident Fund is used.

The report recommends that the differential between local and expatriate managerial-level staff should be significantly reduced so as to retain good quality local staff at this level and to improve relations between the two groups. It also recommends that the Provident Fund be extended to managerial-level staff in order to encourage such staff to make a long-term commitment to the company.



I Introduction

It has been noted in the past six months that Transpacific Shipping Inc. has had an increasing impact on the manpower market for skilled managerial-grade staff.

It was decided at the October meeting of the Corporate Planning Committee that a comparative study should be carried out of the terms and conditions of Transpacific Shipping and International Airfreight managerial staff.

The purpose of this report is to compare the terms and conditions of managerial-grade staff in this company with those of staff employed at Transpacific Shipping.

The data presented in this report was collected informally from the newly-appointed Personnel Manager at Transpacific, Wanda Cheug, during a visit to the company in late October.

II Findings

a. Education Allowance

At International Airfreight expatriate staff are eligible for education allowance (either ESF or overseas educational benefits) while their local colleagues are not. However, at Transpacific Shipping, all staff receive these benefits.

b. Life Insurance

Although both companies have similar arrangements as regards life insurance for staff, International Airfreight pays a lump sum of 52 months' base salary (including Provident Fund payments) while Transpacific Shipping pays a lump sum of 36 months' base salary (excluding Provident Fund payments).

c. Gratuity

Both International Airfreight and Transpacific Shipping offer gratuities to staff. In both cases, gratuity payments are calculated at 25% of base salary. However, Transpacific Shipping managerial staff who renew their contracts are asked to join a Provident Fund where upon they lose their entitlement to gratuities.

d. Provident Fund

Both companies offer a Provident Fund for employees. At International Airfreight, this is reserved for non-managerial grade staff, while at Transpacific Shipping, managerial staff who renew their contracts are required to join the scheme. International Airfreight contributes 7.5% of base salary to the Fund, while Transpacific Shipping contributes 10% of base salary.

e. Transpacific Shipping is similar to International Airfreight in that both

Companies offer medical benefits to staff. The maximum premium at International Airfreight is \$ 3,500 per person per annum. At Transpacific Shipping, the premium has not yet been finalized, although it is envisaged that it will probably be in the region of \$5,000 per person per annum.



f. Relocated Assistance

Both companies offer assistance to relocated staff. In many cases there are similarities in terms of the assistance offered. For example, both International Airfreight and Transpacific Shipping pay for relocated staff to stay in a hotel until arrangements have been made for them to move into a flat (Transpacific Shipping offers two months' paid hotel stay in comparison with International Airfreight's one month.)

Also, in terms of shipment of personal effects, both Transpacific Shipping and International Airfreight pay the costs of such shipment (up to 400 cu.ft. on arrival). However, while Transpacific Shipping limits shipment of personal effects on repatriation to 400 cu.ft., International Airfreight pays up to 600 cu.ft. on repatriation. Transpacific Shipping and International Airfreight are also similar in that transportation, packing and insurance costs are met by the company in all cases.

Lastly, while both companies offer loan facilities to some extent, International Airfreight relocated staff are only entitled to such a facility in exceptional circumstances. All Transpacific Shipping staff, on the other hand, are entitled to a loan of one month's pay under normal circumstances.

III Conclusions

Our findings suggest that although, for the most part, there is considerable similarity between the terms and conditions of the two companies, there are a number of slight differences between the ways that local and expatriate managerial-grade staff are treated at Transpacific Shipping and International Airfreight. From these findings, a number of conclusions can be drawn which might be instrumental in determining how this company can do about minimizing the threat from Transpacific Shipping Inc. in the manpower market.

a. Generally speaking, the differences between the terms and conditions of local staff and expatriate staff at Transpacific Shipping are less marked than at International Airfreight. In this company, education allowances, housing allowances, annual leave entitlements and leave passages are all at a significantly higher level for expatriate staff than for local staff.

b. It appears that the Provident Fund is used somewhat differently in the two companies. At Transpacific Shipping, managerial staff are required to join the Provident Fund upon renewal of contract, whereas at International Airfreight, managerial staff are retained on gratuity-bearing two-year contracts.

This, and the fact that Transpacific Shipping contributes a significantly higher percentage (10% in comparison with International Airfreight's 75%), suggests that Transpacific Shipping views the Provident Funds as an important facility for all employees, both managerial and non-managerial. International Airfreight, however, appears to view the Provident Fund as a benefit for



non-managerial staff only.

IV Recommendations

Our findings suggest that it might be advisable to widen membership of the Provident Fund to include managerial-level staff. If we were to do this, we might reduce the threat of loss of good managerial-level staff to our competitors.

Furthermore, on the basis of information collected at Transpacific Shipping and International Airfreight, we strongly recommend that the company contemplate reducing the differential between local and expatriate staff. One effect of this would be to reduce potential loss of local managerial-level staff to other companies, including Transpacific Shipping. Another effect would be to improve a beneficial effect on our productivity.



Part III 项目训练

将下面的句子翻译成汉语。

(1) It is clear that they are very keen to do business with us and they will be important customers in the future, I therefore suggest we offer them our best terms.

(2) As requested by the Managing Director on 30 March 2000, I have investigated the problems which have been raised concerning office health and safety.

(3) Newly appointed staff should be made aware of the company's safety regulations and policy. In particular, they should be advised to take frequent breaks from the screen.

(4) This report finds that, by and large, reaction to the pilot scheme conducted over this period were favorable, both among Department/Section Heads and the staff who participated in the scheme.

(5) What is more, the fact that the contractor has already had experience of undertaking such work leads one to believe that the project will be well carried out.

(6) For the first time in 1991, domestic exports grew appreciably in September, climbing 8% to HK \$25.2 billion(US \$3.2 billion) over the year-earlier period.

(7) Over the past 14 years, China's real GNP has grown an average 605 percentage points



faster than America's.

(8) Real GNP has grown by an average of almost nine per cent a year in the past 14 years, and by 1994 China's economy is almost sure to be four times bigger that it was in 1987.

(9) The company is losing staff to its competitors because many staff are unhappy about their career paths.

(10) I strongly hope that the next year will promise a brighter prospect for our company.



Part IV Useful Words and Expressions

payroll ['peirəul]

n. 工资名单, 饷金名单, 发放的工资总额

arbitrary ['ɑ:bitrəri]

a. 任意的, 恣意的, 专制的, 反复无常的, [经] 比例附加运价

prosecute ['prɒsɪkjʊ:t]

v. 告发, 起诉, 彻底进行, 执行, 从事

infringement [in'frɪndʒmənt]

n. 违反 (侵犯)

freight ['freit]

n. 船货, 运费, 货运; vt. 装货, 使充满, 以货运运送, 租 (或出租) (船等)

benchmark ['bentʃ'mɑ:k]

n. 基准点, 标准检查程序, 参照点; vt. 检测 (竞争对手的产品以比较和改进自身产品)

expatriate [eks'peɪtriət]

n. 移居国外者, 侨民, 被流放者, 背井离乡; v. 逐出国外, 脱离国籍, 放逐

eligible ['elɪdʒəbl]

a. 有资格当选的, 合格的; n. 有资格者, 合格者, 适任者

gratuity [grə'tju:ɪti]

n. 小费, 赠物, 赏钱; [经] 小账, 赏金, 退职金

entitle [in'taɪtl]

vt. 给……权利, 取名为, 给予名称, 叫做

premium ['pri:miəm]

n. 额外补贴, 奖金, 奖赏, 保险费

annum ['ænəm]

[经] 一年

envisage [in'vɪzɪdʒ]

vt. 面对, 正视, 想象

relocate [ri:'ləukeɪt]

vt. 重新安置, 再配置, 放在新地方

instrumental [ɪn'stru'mentəl]

a. 仪器的, 器具的, 可作为手段的

contemplate ['kɒntempleɪt]

vt. 注视, 沉思, 盘算; vi. 冥思苦想

Module 8

Letter of Credit



Part I 项目准备

8.1 信用证简介

8.1.1 信用证的概念

Definition: A Letter of Credit is a binding document that a buyer can request from his bank in order to guarantee that the payment for goods will be transferred to the seller. Basically, a letter of credit gives the seller reassurance that he will receive the payment for the goods. In order for the payment to occur, the seller has to present the bank with the necessary shipping documents confirming the shipment of goods within a given time frame. It is often used in international trade to eliminate risks such as unfamiliarity with the foreign country, customs, or political instability.

信用证 (Letter of Credit, L/C) 是一种银行开立的有条件的承诺付款给受益人的书面保证文件。在进出口业务中, 一般是指银行 (开证行) 根据进口人 (即开证人) 的申请和指示向出口人 (受益人) 开立一定金额的, 并在一定期限内凭规定的单据承诺付款的书面文件。

信用证支付方式是由银行出面向出口方提供信用保证的一种方式。只要出口商在规定的期限内向银行提交符合信用证规定的单据, 银行就会对出口商履行付款责任。信用证提供的是银行信用 (a L/C substitutes the credit worthiness of a bank for the credit worthiness of the buyer), 比一般的商业信用更加可靠, 因此受到出口人的更多青睐。目前在国际贸易往来中, 采用信用证结算货款已成为国际贸易中最常采用的付款方式。

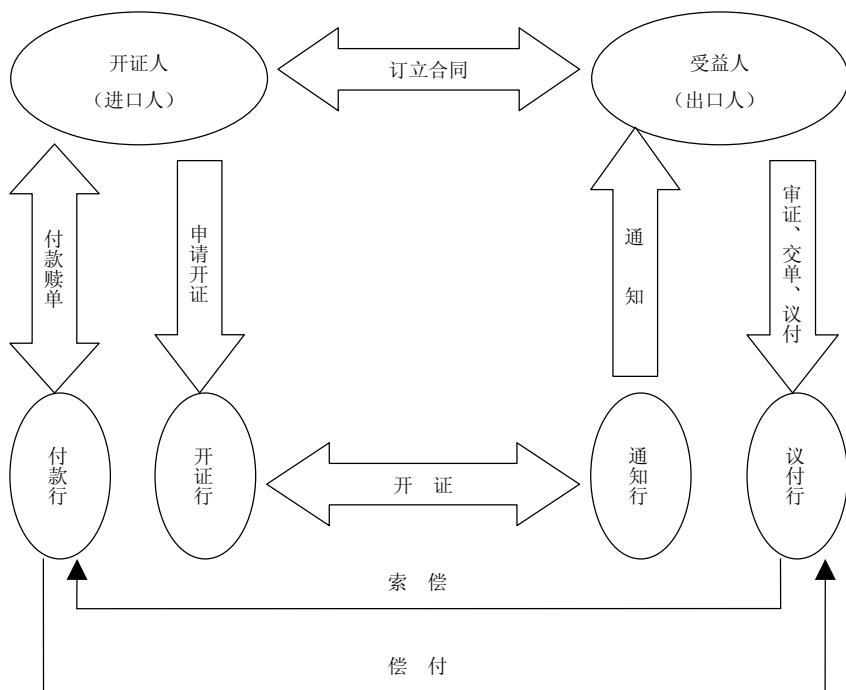


8.1.2 信用证的类型

根据付款凭证的不同,信用证可分为跟单信用证(Documentary Credit)和光票信用证(Clean Credit);根据开证银行的保证性质,信用证可分为可撤销信用证(Revocable L/C)和不可撤销信用证(Irrevocable L/C);根据是否有一家银行保证兑付,信用证可分为保兑信用证(Confirmed L/C)和非保兑信用证(Nonconfirmed L/C);根据付款时间的不同,信用证可分为即期信用证(Sight L/C)和远期信用证(Time L/C);根据受益人是否有权转让给其他人,可分为可转让信用证(Transferable L/C)和不可转让信用证(Untransferable L/C)。

按照传输方式的不同,信用证的开证方式有信开(Open by Airmail)和电开(Open by Telecommunication)两种。前者是指开证时开立正本一份和副本若干份,航寄通知行。如另指定代付行或偿付行,还须向代付行和/或偿付行邮寄授权书。后者是指由开证行将信用证内容加注押密后,用电报、电传通过 SWIFT 等电信工具通知受益人所在地的代理行,请其转告受益人。

8.1.3 信用证的业务流程简图





1. 订立合同

在达成交易后，进出口双方会在货物买卖合同中明确规定买方以信用证方式支付货款，一般还注明开证银行、信用证的类型、开证时间、金额、到期日、信用证开立并送达卖方的日期等信息。

2. 申请开证

开证人（即进口人）在买卖合同规定的时限内向所在地的银行申请开立信用证。申请开证时要递交开证申请书。开证申请书要明确陈述开立信用证的要求以及受益人的名称、地址、信用证的种类、到期日和到期地点，并提供押金或担保，要求该银行（开证银行）向出口商开出信用证。

3. 开证

开证行接受开证人的开证申请书后，按申请书规定的内容向指定的受益人开立信用证，并将信用证直接邮寄或用电信通知出口地的代理银行（通知行）转递或者通知受益人。

4. 通知

通知行在收到信用证后核对开证行的签字与密押，经核对证实无误，除留存副本或复印件备查外，会尽快将信用证转交受益人。

5. 审证、交单、议付

受益人在收到经通知行转来的信用证后要认真审证。主要审核信用证中所列的条款与买卖合同中所列的条款是否相符。如发现条款中有任何不符或无法照办的内容，应通知开证人，要求修改信用证。如开证人同意修改，开证人应向开证行提交修改申请书。

收到信用证的出口商在审核信用证符合交易合同有关规定和要求后，或需修改的经收到修改通知书认可后，即可着手安排装运、准备各种单据提交给有权议付的通知行或与自己有往来的其他有权议付的银行或信用证限定的议付银行办理议付（或称“押汇”）。议付行一般为出口地银行，它可以由开证行在信用证中指定。如未指定，则可由受益人酌情选择通知行或与其有往来的其他银行担任议付行。

6. 索偿和偿付

议付行办理议付后，根据信用证规定，凭单向开证行或其指定的银行（付款行或偿付行）请求偿付。如信用证指定偿付行，则开证行应在开出信用证后立即向偿付行发出偿付授权书（Reimbursement Authorization）通知授权付款的金额、有关信用证号码、有权索偿的押汇与偿付费用由何方承担等内容。议付银行在办理议付后把单据直接寄给开证行，同时给



偿付行发出索偿书 (Reimbursement Claim), 说明有关信用证的开证行名称和信用证号码, 声明已按信用证规定进行议付, 并请求按指明的方法进行偿付。偿付行收到索偿书后, 只要索偿金额不超过授权书金额就应立即根据索偿书的指示向议付行付款 (负责偿付的银行可以是指定的偿付行或付款行, 也可以是开证行本身)。

7. 付款赎单

开证银行履行偿付责任后, 应立即向开证人出示单据。开证人核验单据无误后, 办理付款手续。开证人付款后, 即可从开证行取得全套单据, 包括可凭以向承运人提取货物的运输单据。

8.2 信用证的翻译技巧

国际商会于 1929 年制定了《商业跟单信用证统一规则》(Uniform Regulations for Commercial Documentary Credits), 对跟单信用证的定义、有关名词和术语以及信用证业务的有关各方的权利和义务做了统一的解释, 并建议各国银行采用。1993 年对该规则进行了修改并重新定名为《跟单信用中统一惯例》。自 2007 年 7 月 1 日起, 国际商会《跟单信用证统一惯例》(UCP600) 开始实施。与原来的 UCP500 版本相比, UCP600 在形式、结构和内容上都进行了较大的调整和增删, 使其语言更加简洁, 行文更加顺畅, 条理更清晰。在我国的出口贸易中, 一般使用的信用证为不可撤销、不可转让的跟单信用证。

目前, 信用证尚无统一的格式, 但其基本内容大致相同。无论采用传统表格式的信用证还是环球银行金融电讯协会制定的 SWIFT 信用证格式, 信用证的主要内容都无外乎以下一些方面。

- (1) 信用证本身信息: 如信用证的编号、开证日期、到期日和到期地点、交单期限等。
- (2) 兑付方式: 是即期付款、延期付款、承兑还是议付。
- (3) 信用证的种类: 是否可以撤销、是否经另一银行保兑、可否转让等。
- (4) 信用证的当事人: 开证人、开证行、受益人、通知行等。有些信用证还有指定付款行、偿付行、承兑行、指定议付行等。
- (5) 汇票条款: 包括汇票的种类、出票人、受票人、付款期限、出票条款及出票日期等 (凡不需要汇票的信用证无此内容)。
- (6) 货物条款: 包括货物的名称、规格、数量、包装、价格等。
- (7) 支付货币和信用证金额。



(8) 装运与保险条款：如装运港或启运港、卸货港或目的地、装运期限、可否分批装运以及如何分批装运、转运的规定。以 CIF 或 CIP 贸易术语达成的交易项下的保险要求、所需投保的金额和险别等。

(9) 单据条款：通常要求提交商业发票、运输单据和保险单据。此外，还有包装单据、产地证、检验证书等。

(10) 特殊条款：常见的有要求通知行加保兑；限制由某行议付；限装某船或不许装某船；不准在某港停靠或不准选取某条航线；俟具备规定条件信用证方始生效等。

现在银行间传递的信用证，几乎都使用“全球同业银行金融电讯协会”（Society for World-wide Interbank Financial Telecommunication）的处理和信息传递系统，所以受益人收到的信用证大多是 Message Types SWIFT-MT700/MT701 格式。采用 SWIFT 信用证，必须遵守 SWIFT 使用手册的规定。SWIFT 的使用，为银行的结算提供了安全、可靠、快捷、标准化、自动化的通信业务，从而大大提高了银行的结算速度。SWIFT 格式现已被西北欧、美洲和亚洲等国家和地区的银行广泛使用。我国银行在电开信用证或收到的信用证电开本中，SWIFT 信用证也已占很大比重。

鉴于 SWIFT 格式的信用证是目前最常用的格式，我们以 SWIFT 信用证为例对信用证的翻译进行说明。凡根据国际商会所制定的电信信用证格式设计，利用 SWIFT 网络系统设计的特殊格式（Format），通过 SWIFT 网络系统传递的信用证的信息（Message），即通过 SWIFT 开立或通知的信用证称为 SWIFT 信用证，也称为“环银电协信用证”。

采用 SWIFT 信用证，必须遵守 SWIFT 使用手册的规定，使用 SWIFT 手册规定的代号（Tag），而且信用证必须符合国际商会制定的《跟单信用证统一惯例》的规定。

SWIFT 信用证样本如下。

27: 1/1

40A: IRREVOCABLE

20: 41036020004531

31C: 080526

31D: 080630

50: APPLICANT NICOSIA

59: BENEFICIARY

SHANGHAI SONGYAN CO. LTD.

258 YANAN ROAD WEST, CHANGNING DISTRICT, SHANGHAI.

32B: CURRENCY CODE, AMOUNT

USD ***4582,89

41D: ABAILABLE WITH...BY...



STANDARD CHARTERED BANK

42A: DRAWEE

BANK OF CYPRUS

43P: PARTIAL SHIPMENTS

NOT ALLOWED

43T: TRANSHIPMENT

NOT ALLOWED

44A: LOADING ON BOARD/DISPATCH/TAKING IN CHARGE AT/FROM
YANGSHAN PORT

44B: FOR TRANSPORTATION TO

LIMASSOL PORT

44C: LATEST DATE OF SHIPMENT

080528

45B: DESCRIPTION OF GOODS AND/OR SERVICES

SEWING MACHINES

46A: DOCUMENTS REQUIRED

1. FULL SET OF 3/3 CLEAN ON BOARD OCEAN BILL OF LADING ISSUED TO THE ORDER OF UNITED OVERSEAS BAN PHILIPPINES MARKED "FREIGHT COLLECT" NOTIFY APPLICANT.
2. SIGNED COMMERCIAL INVOICE IN TRIPLICATE.
3. PACKING LIST IN TRIPLICATE.
4. BENEFICIARY'S CERTIFICATE THAT ONE (1) SET OF NON-NEGOTIABLE SHIPPING DOCUMENTS HAVE BEEN FORWARDED DIRECTLY TO APPLICANT VIA COURIER WITHIN FIVE (5) WORKING DAYS AFTER SHIPMENT.

47A: ADDITIONAL CONDITIONS

1. THE NUMBER AND DATE OF THE CREDIT AND THE NAME OF OUR BANK MUST BE QUOTED ON ALL DRAFTS (IF REQUIRED).
2. TRANSPORT DOCUMENTS TO BE CLAUSED; "VESSEL IS NOT SCHEDULED TO CALL ON ITS CURRENT VOYAGE AT FAMAGUSTA OR KARAVOSTASSI, CYPRUS.
3. INSURANCE WILL BE COVERED BY THE APPLICANTS.
4. ALL DOCUMENTS TO BE ISSUED IN ENGLISH LANGUAGE.

71B: CHARGES

BANK CHARGES OUTSIDE CYPRUS INCLUDING THOSE OF THE REIMBURSING BANK ARE FOR THE BENEFICIARY

**48: PERIOD FOR PRESENTATION**

DOCUMENTS MUST BE PRESENTED WITHIN 21 DAYS AFTER B/LADING DATE,
BUT WITHIN THE VALIDITY OF THE CREDIT.

49:CONFIRMATION INSTRUCTIONS

WITHOUT

53A: REIMBURSING BANK

BCYPGB2L

BANK OF CYPRUS UK

INTERNATIONAL DEPARTMENT,

87/93 CHASE SIDE, SOUTHGATE N14 5BU

LONDON - UNITED KINGDOM.

78: INSTRUCTIONS TO THE PAY/ACCEP/NEG BANK

NEGO OF DOCS THRU BANK OF CHINA LIMITED CHINA IS ALLOWED. PLEASE
DEDUCT RROM YOUR PAYMENT TO BENEFICIARIES THE AMOUNT OF USD15,00
REPRESENTING RECORDING FEES. NEGOTIATION BANK TO OBTAIN REIMBURSEMENT
FROM OUR ACCOUNT WITH REIMBURSING BANK 3 BUSINESS DAYS FOLLOWING
THEIR AUTHENTICATED TELEX/SWIFT ADVICE TO US, STATING A) OUR CREDIT
NUMBER, B) AMOUNT CLAIMED, C) VALUE OF DOCUMENTS D) SHIPMENT/DISPATCH
DATE AND E) THAT DOCS ARE IN STRICT COMPLIANCE WITH CREDIT TERMS. ON
EXECUTION FORWARD TO US, BANK OF CYPRUS PUBLIC COMAPNY LTD, NICOSIA
COMMERCIAL OPER. CENTER INTERN. DIV., 10 KYRIACOS MATSI AV. 1082 AY.
OMOLOYITES, NIGOSIA, CYPRUS, ALL DOCS IN ONE LOT BY COURIER SERVICE AT
BENEFICIARIES EXPENSE.

72: SENDER TO RECEIVER INFORMATION

CREDIT IS SUBJECT TO U.C.P. 600.

从上面的 SWIFT 信用证实例可以看出，信用证的内容与格式相对比较固定，涉及的翻译技巧也相对比较简单。鉴于此，可以从“固定项目的翻译”和“具体内容的翻译”两个方面探讨一下信用证的翻译问题。

1) 项目标题的翻译

如下表格中的内容是 SWIFT 信用证中的常见内容，具有较为固定的翻译方式，列表如下。

SWIFT 电开信用证电文代号：



700 ISSUE OF A DOCUMENTARY CREDIT 700 (跟单信用证的开立)		
代号 (Tag) ①	栏位名称 (Field Name)	内容 (Content/Options)
27	Sequence of total (合计次序②)	1n/1n (1 个数字/1 个数字)
40A	Form of Documentary Credit (跟单信用证类别)	24x (24 个字)
20	Documentary Credit Number (信用证编号)	16x (16 个字)
23	Reference to Pre-Advice (预告摘要)	16x (16 个字)
31C	Date of issue (开证日期)	6n (6 个数字)
31D	Date and place of expiry (到期日及地点)	6n, 29x (6 个数字, 29 个字)
51s	Applicant Bank (申请人的银行)	A or D (A 或 D)
50	Applicant (申请人)	4*35x (4 行×35 个字)
59	Beneficiary (受益人)	[/34x] 4*35x ([/34 个字]4 行×35 个字)
32B	Currentcy Code, Amount (币别代号、金额)	3a, 15 number (三个字母, 15 个数字)
39	AMOUNT SPECIFICATION (金额说明)	4*35x (4 行×35 个字)
41a	Available with... by... (向……银行议付, 议付方式为……)	A or D (A 或 D)
42	Drafts at... Drawn on... (汇票期限……付款人……)	4*35x (4 行×35 个字)
43P	Partial shipments (分批装运)	1*35 (1 行×35 个字)
43T	Transshipment (转运)	4*35x (4 行×35 个字)
44	Shipment/Dispatch/Taking in charge from/at... for transportation to... (由……装运至……; 装运日期)	3*65x (3 行×65 个字)
45A	Shipment of (goods) (货物叙述与交易条件)	3*65x (3 行×65 个字)



续表

46A	Documents required (应具备的单据)	4*65x (4行×65个字)
47A	Additional Conditions (附加条件)	12*65x (12行×65个字)
71B	Charges (费用)	6*35x (6行×35个字)
48	Period for presentation (交单期)	4*35x (4行×35个字)
49	Confirmation Instructions (保兑与否指示)	7x (7个字)
53a	Reimbursement Bank (偿付行)	A or D (A 或 D)
78	Instructions to the Paying/Accepting/ Negotiating Bank (对付款/承兑/议付行的指示)	12*65x (12行×65个字)
57s	“Advise through” bank (收讯银行以外的通知银行)	A or B or D (A 或 B 或 D)
72	Bank to Bank Information (银行间备注)	6*35x (6行×35个字)

备注:

- ① 指环球同业银行金融电讯协会 (SWIFT) 在其 SWIFT 使用手册中规定的代号 (Tag)。采用 SWIFT 信用证, 就必须遵守 SWIFT 使用手册的规定, 并使用 SWIFT 手册中规定的代号。
- ② 合计次序是指本证的发报次数, 用分数来表示, 分母分子各一位数字, 分母表示发报的总次数, 分子表示这是其中的第几次。如 “1/2”, 其中 “2” 指本证总共发报 2 次, “1” 指本次为第 1 次发报。

2) 具体填写内容的翻译

从上面的 SWIFT 信用证的实例可以看出, 信用的内容比较固定, 翻译的技巧也因此相对简单。现从词和句子的层面上研究一下信用证的翻译问题。

(1) 词的层面。

① 日期表示方式。SWIFT 电文的日期表示为: YYMMDD (年月日)

② 数字表示方式。在 SWIFT 电文中, 数字不使用分隔号, 小数点用逗号表示。例如, “5,152,286.36” 表示为 “5152286,36”; “4/5” 表示为 “0.8”; “5%” 表示为 “5 PERCENT”。

③ 货币表示方式。

澳元: AUD

奥地利元: ATS

比利时法郎: BEF



加拿大元: CAD
人民币元: CNY
丹麦克朗: DKK
德国马克: DEM
荷兰盾: NLG
芬兰马克: FIM
法国法郎: FRF
港元: HKD
意大利里拉: ITL
日元: JPY
挪威克朗: NOK
英镑: GBP
瑞典克朗: SEK
美元: USD

④ 词义的选择。信用证用词简练,我们在翻译时要根据语境选择较为准确的词义。

【例】 A DISCREPANCY FEE OF US\$ 30,00 OR EQUIVALENT SHALL BE DEDUCTED FROM THE PROCEEDS IF DOCUMENTS ARE PRESENTED WITH DISCREPANCY/IES.

译文: 如所提交文件与合同有不符之处, 30 美元(或与之等值的其他货币)的偏差附加费将从该项收益中扣除。

“proceed”一词作动词解时表示“进行”、“发生”、“起诉”;作名词时可表示“收入”,“收益”。

【例】 SHIPMENT SHOULD BE EFFECTED BY CONTAINER LOADING ONLY.

译文: 运输方式只能采用集装箱装运。

这里的“effect”等于动词“achieve”,表示“实现”。该句最好采用意译的方式。

(2) 句子的层面。不难看出,信用证中的内容大多是以表格的形式出现的,所填的内容只需传达必要的信息,许多内容并非完整的句子,在翻译这些内容时切记不要一一对应地将每个词照搬成汉语。正确的程序是:先把句子看懂,完成解码的过程;再用较通顺的语言,借助增减词、调整语序、意译、拆句等方法将句子重新组织,形成内容较为完整的译文。

① 增减词法。

【例】 FOB SHENZHEN PORT, INCOTERMS 2000

译文: 深圳港 FOB 价格, INCOMTERMS 2000 (《2000 年国际贸易术语解释通则》)

这是一个片语的翻译。为了便于读者更容易理解,翻译时需要在译文中增加一些词汇,以使译文更加完整,明白易懂。



【例】 ORIGINAL DOCUMENTS MUST BE FORWARDED TO US BY REGISTERED AIRMAIL, REMAINING DOCUMENTS BY NEXT REGISTERED AIRMAIL.

译文：单证原件应以挂号信的方式寄至我方，其余文件也应随后以同样的方式寄达。

英语的一个句子中出现重复内容时会省去重复的部分，但汉语中为了表述的完整性往往要重复叙述一遍。

② 调整语序法。

【例】 ALL COPIES OF SHIPPING DOCUMENTS SUCH AS BUT NOT LIMITED TO BILL OF LADING (B/L), AIR WAY BILL (AWB) OR POSTAL RECEIPT MUST LEGIBLY INDICATE THE L/C NUMBER REGARDING THE SHIPMENT.

译文：全套运输单证（包括但不限于提单（B/L），空运单（AWB）或邮政收据）中必须清晰标明本次装运的信用证号。

【例】 THE NUMBER AND DATE OF THE CREDIT AND THE NAME OF OUR BANK MUST BE QUOTED ON ALL DRAFTS (IF REQUIRED).

译文：如有必要，该信用证号码、日期及我行名称应标注于所有汇票上。（调整语序）

括号中的“IF REQUIRED”可以拿出来放在句首。或者译为：该信用证号码、日期及我行名称（在必要的情况下）应标注于所有汇票上。

③ 意译法。

【例】 FULL SET (AT LEAST THREE) ORIGINAL CLEAN SHIPPED ON BOARD BILLS OF LADING ISSUED TO THE ORDER OF BANK OF CYPRUS PUBLIC COMPANY LTD, CYPRUS.

译文：全套清洁已装船提单原件（至少三份）应以“塞浦路斯股份有限公司”为抬头。（pay to the order of: 付给……；以……为收款人）

“应以……为收款人”也可译为“以……为抬头”，但后者的表述更加明确具体。

④ 拆句法。英语是形合的语言，多用长句；而汉语是意合的语言，多用短句。当英语的长句很难用一个条理的汉语句子表达时，就应该尝试使用拆句的方法翻译。

【例】 CERTIFICATE ISSUED BY THE SHIPPING COMPANY/CARRIER OR THEIR AGENT STATING THE B/L NO(S) AND THE VESSEL(S) NAME CERTIFYING THAT THE CARRYING VESSEL(S) IS/ARE:

A) HOLDING A VALID SAFETY MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE AS PER TERMS OF INTERNATIONAL SAFETY MANAGEMENT CODE AND.

B) CLASSIFIED AS PER INSTITUTE CLASSIFICATION CLAUSE 01/01/2001 BY AN APPROPRIATE CLASSIFICATION SOCIETY.

译文：由船公司/承运人或其代理商出具的，注明提单号和船只名称的证明。其船只名称应能够证明该船只：



- A) 依照《国际安全管理规则》之规定持有有效的安全管理体系认证证书;
B) 由适当的船级社根据 2001 年 1 月 1 日颁布的《协会船籍条款》进行分类。

如果不拆句, 应该译为: “由船公司或其代理商出具的、标注有提单号及可证明如下情况的船名的证明文件。” 这样的翻译艰涩难懂, 应该避免。

【例】 COMMERCIAL INVOICE FOR USD11202,70 IN 4 COPIES DULY SIGNED BY THE BENEFICIARY/IES, STATING THAT THE GOODS SHIPPED:

A) ARE OF CHINESE ORIGIN.

B) ARE IN ACCORDANCE WITH BENEFICIARIES PROFORMA INVOICE NO. HL050307 DATED 07/03/05.

译文: 金额为 11 202.70 美元的商业发票一式四份。发票中应注明所运货物:

A) 原产地为中国;

B) 符合受益人形式发票第 HL050307 DATED 07/03/05 号的要求。

原文中的状语成分可作为单独一句话译出, 避免了译文中的修饰成分过多。



Part II 项目任务

Task 1 对号入座

将左边一栏中的英文与右边一栏的对应的中文连接起来。

Date of issue	申请人
Form of Documentary Credit	金额说明
Date and place of expiry	转运
Currency Code, Amount	货物叙述与交易条件
Bank to Bank Information	分批装运
Drafts at... Drawn on...	跟单信用证类别
Available with... by...	偿付行
AMOUNT SPECIFICATION	附加条件
Sequence of total	开证日期
Partial shipments	受益人
Beneficiary	应具备的单据
Applicant	汇票期限……付款人……
Documentary Credit Number	交单期
Transshipment	到期日及地点
Applicant Bank	币别代号、金额
Shipment/Dispatch/Taking in charge from/at...	合计次序



for transportation to...

Period for presentation

Shipment of (goods)

Reimbursement Bank

Documents required

Additional Conditions

向……银行议付，议付方式为……

申请人的银行

银行间备注

信用证编号

由……装运至……；装运日期

Task 2 根据括号内给出的提示翻译以下内容

1. 44C: LATEST DATE OF SHIPMENT 090915 (注意 SWIFT 信用证中日期的表示方式)

2. 32B: CURRENCY CODE, AMOUNT USD 874658,52 (注意 SWIFT 信用证中金额的表示方式)

3. TRANSPORT DOCUMENTS TO BE CLAUSED: VESSEL IS NOT SCHEDULED TO CALL ON ITS CURPENT VOYAGE AT FAMAGUSTA OR KARAVOSTASSI, CYPRUS. (将被动语态译为主动语态)

4. IN THE EVENT OF DISCREPANT DOCUMENTS ARE PRESENTED TO US AND REJECTED, WE MAY RELEASE THE DOCUMENTS AND EFFECT SETTLEMENT UPON APPLICANT'S WAIVER OF SUCH DISCREPANCIES, NOTWITHSTANDING ANY COMMUNICATION WITH THE PRESENTER THAT WE ARE HOLDING DOCUMENTS AT ITS DISPOSAL, UNLESS ANY PRIOR INSTRUCTIONS TO THE CONTRARY ARE RECEIVED. (语态、语序调整)

5. UNLESS OTHERWISE STIPULATED, ALL DOCUMENTS SHOULD BE ISSUED IN ENGLISH LANGUAGE. (被动语态译为主动语态)

6. DISCREPANT DOCUMENT FEE OF USD 50.00 OR EQUAL CURRENCY WILL BE DEDUCTED FROM DRAWING IF DOCUMENTS WITH DISCREPANCIES ARE ACCEPTED. (被动语态译为主动语态)

7. FULL SET OF CLEAN ON BOARD OCEAN BILLS OF LADING MADE OUT TO ORDER AND BLANK ENDORSED, MARKED "FREIGHT PREPAID" NOTIFYING



LIAONING OCEAN FISHING CO., LTD. TEL (86)411-3680288 (拆句译法)

8. PACKING LIST/WEIGHT MEMO IN 4 COPIES INDICATING QUANTITY/GROSS AND NET WEIGHTS OF EACH PACKAGE AND PACKING CONDITIONS AS CALLED FOR BY THE L/C. (拆句译法)

9. ALL DRAFTS MUST BE MARKED DRAWN UNDER ISRAEL DISCOUNT BANK OF NEW YORK, NEW YORK, STATING THE DOCUMENTARY CREDIT NUMBER AND THE DATE OF THIS CREDIT. (拆句译法)

10. DOCUMENTS TO BE MAILED DIRECTLY TO UNITED OVERSEAS BANK PHILIPPINES, LOCATED AT 17TH FLR, PACIFIC STAR BLDG, SEN GIL PUYAT AVE, COR, MAKATI AVE, MAKATI CITY, PHILIPPINES IN ONE (1) LOT VIA COURIER. (意译法)



Part III 项目训练

1. 请将下述的片语翻译成中文。

(1) PACKING LIST IN 3 COPIES

(2) SIGNED COMMERCIAL INVOICE IN 5 COPIES

(3) FOB SHENZHEN PORT, INCOTERMS 2000

(4) CIF SHANGHAI AIRPORT, CHINA

(5) AS PER PROFORMA INVOICE NO. PO0610

(6) DOCUMENTS TO BE MAILED DIRECTLY TO UNITED OVERSEAS BANK PHILIPPINES

(7) BOTH QUANTITY AND AMOUNT 10 PERCENT MORE OR LESS ARE ALLOWED

(8) ANY BANK BY NEGOTIATION



(9) CERTIFICATE OF ORIGIN IN 3 COPIES ISSUED BY AUTHORIZED INSTITUTION

(10) ACCOMPANIED BY THE FOLLOWING DOCUMENTS MARKED *** IN DUPLICATE

2. 将下列句子翻译成中文。

(1) INSURANCE WILL BE COVERED BY THE APPLICANTS.

(2) DOCUMENTS MUST BE PRESENTED WITHIN 21 DAYS AFTER B/LADING DATE, BUT WITHIN THE VALIDITY OF THE CREDIT.

(3) CREDIT IS SUBJECT TO UCP600.

(4) A DISCREPANCY HANDLING FEE OF USD50,00 (OR EQUIVALENT) WILL BE LEVIED FOR EACH SET OF DOCUMENTS PRESENTED IN FULL COMPLIANCE WITH THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CREDIT. THIS FEE IS FOR THE ACCOUNT OF BENEFICIARY AND WILL BE DEDUCTED FORM THE PROCEEDS WHEN PAYMENT IS EFFECTED.

(5) IN CASE OF PRESENTATION OF DISCREPANT DOCUMENTS AND SUBJECT TO THE ISSUING BANK'S ACCEPTANCE, A DISCREPANCY FEE OF USD40,00 FOR ACCOUNT OF BENEFICIARY SHALL BE LEVIED.

(6) ALL BANKING CHARGES OUTSIDE THE OPENING BANK ARE FOR BENEFICIARY'S ACCOUNT.

(7) DOCUMENTS MUST BE PRESENTED WITHIN 15 DAYS AFTER THE DATE OF ISSUANCE OF THE TRANSPORT DOCUMENTS BUT WITHIN THE VALIDITY OF THE CREDIT.

(8) TRANSPORT DOCUMENTS BEARING A DATE PRIOR TO THE L/C DATE ARE NOT ACCEPTABLE.

(9) DISCREPANCY FEES USD80, FOR EACH SET OF DISCREPANT DOCUMENTS PRESENTED UNDER THIS CREDIT, WHETHER ACCEPTED OR NOT, PLUS OUR



CHARGES FOR EACH MESSAGE CONCERNING REJECTION AND/OR ACCEPTANCE MUST BE BORNE BY BENEFICIARIES THEMSELVES AND DEDUCTED FROM THE AMOUNT PAYABLE TO THEM.

(10) 47A: ADDITIONAL INSTRUCTIONS:

- 1) CHARTER PARTY B/L AND THIRD PARTY DOCUMENTS ARE ACCEPTABLE.
- 2) SHIPMENT PRIOR TO L/C ISSUING DATE IS ACCEPTABLE.
- 3) BOTH QUANTITY AND AMOUNT 10 PERCENT MORE OR LESS ARE ALLOWED.



Part IV Useful Words and Expressions

IRREVOCABLE L/C	不可撤销信用证
BENEFICIARY	受益人
NEGOTIATION BANK	议付行
REIMBURSEMENT	偿付
THE OPENING/ISSUING BANK	开证行
THE NEGOTIATING/NEGOTIATION BANK	议付行
THE PAYING BANK	付款行
THE REIMBURSING/REIMBURSEMENT BANK	偿付行
THE CONFIRMING BANK	保兑行
IN STRICT COMPLIANCE WITH	严格遵守/执行
PACKING LIST IN TRIPLICATE	装箱单一式三份
CHARGES	费用
BUSINESS DAYS	营业日
BE SUBJECT TO	以……为准
DATE OF ISSUE	开证日期
TRANSSHIPMENT	转运
PARTIAL SHIPMENTS	分批装运
ADDITIONAL CONDITIONS	附加条件
INCOTERMS 2000	《2000 年国际贸易术语解释通则》
REGISTERED MAIL	挂号信
BILL OF LADING	提单
AIR WAY BILL	空运单



A FULL SET OF CLEAN SHIPPED ON BOARD BILLS OF LADING

PROFORMA INVOICE	全套清洁已装船提单
COMMERCIAL INVOICE	形式发票
WITHIN THE VALIDITY OF THE CREDIT	商业发票
DISCREPANCY FEE	在信用证有效期内
TRANSPORT DOCUMENTS	不符点费
CERTIFICATE OF ORIGIN	运输单据
INSPECTION CERTIFICATE	原产地证书
DATE OF SHIPMENT	检验证书
SIGHT DRAFTS	装船日期
TIME DRAFTS	即期汇票
ENDORSEMENT	远期汇票
	背书

Module 9

Business Contracts



Part I 项目准备

9.1 商务合同简介

随着中国加入 WTO 及经济全球化进程的加快,国际交流日益频繁和普遍,国际之间的各种商务活动日益增多,理解、翻译、草拟和签订涉外商务合同和协议成为一项操作性、实践性很强的工作。商务合同翻译作为其中重要的一个环节,已日益凸显出其重要作用。

9.1.1 商务合同的概念及种类

合同(Contract)也称为“契约”。合同和契约的含义是一致的,是指愿意订立共同遵守的条件,合作共事。1999 年《中华人民共和国合同法》规定,“合同是平等主体的自然人、法人、其他组织之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议”(A contract in this Law refers to an agreement establishing, modifying and terminating the civil rights and obligations between subjects of equal footing, that is, between natural persons, legal persons or other organizations)。

商务合同(Commercial Contracts or Business Contracts),美国法学博士 Karla C. Shippey 给出的释义是:“A Commercial Contract, in simplest terms, is merely an agreement made by two or more parties for the purpose of transacting business”(Karla, 1999:1),即商务合同是双方或多方当事人为了做生意的目的而签署的一份协议。国际商务合同是指具有某种涉及两国或两国以上业务的合同,是保证国际商务活动顺利进行的法律文件。

商务合同的主要种类有:货物销售、技术转让、合资/合作经营企业、补偿贸易、工程



承包、涉外劳务、国际运输、保险、金融及商务代理等合同。

9.1.2 商务合同的构成

一则成功的商务广告应实现以下几种基本功能：传播信息功能、劝说功能、美感功能、刺激消费功能；也可理解为 ACCA 要求，即认知（Awareness）、理解（Comprehension）、说服（Conviction）、行动（Action）。其中最主要的是劝说功能，起到最大的诱导说服作用，用于影响更大的消费群体，其他功能起辅助作用。

9.2 体会商务合同的语言特点

【例】 This contract shall be governed by and construed in accordance with the laws of China.

译文：本合同应受中国管辖，并按照中国法律解释。

【例】 Neither party hereto may assign this contract.

译文：合同任何一方当事人不得转让合同。

【例】 In witness where of, the parties have executed this Contract in duplicate by their duly authorized representatives on the date first above written.

译文：作为协议事项的证据，双方授权代表在上面首次写明的日期正式签署本协议，一式两份。

【例】 This contract shall become effective upon and from the date on which it is assigned.

译文：本合同应于签字之日开始生效。

【例】 In case no settlement can be reached thereby the dispute may, if either party so requires, be resolved by arbitration.

译文：如果协商不能解决，任何一方提出的争议，可以由仲裁解决。

9.3 商务合同的语言特点

商务合同是一种特殊的应用文体，重在记实，用词行文的一大特点就是准确与严谨。商务合同貌似简单，实则不然。商务合同属于法律性公文，所以翻译时，要符合法律公文的特点，要做到译文结构严谨、逻辑严密、言简意赅。

作为具有法律效应的商务合同或协议，基本具备以下特征。



9.3.1 词汇特征

1. 用词准确明晰

商务合同需要将合同双方的意愿清晰地表达出来，首先要考虑的就是其语言的明晰性，而这一点又主要依靠准确用词，同义、近义词间的细微差异此时都显得非常重要，含混不得。这一点与公文力求明确的特点相呼应。与此同时，为了尽可能把一切都写得准确无疑，作者往往会不惜笔墨重复名词或修饰词，尽量避免代词的使用或省略手段。

【例】 Whereas, the Seller is desirous of exporting the under mentioned products to the territory stipulated below.

译文：卖方欲出口下列产品至下面规定的地方。

【例】 Whereas, the Purchaser is desirous of importing the said goods for sale in the said territory.

译文：而买方欲进口所述货物在所述地点出售。

由上述两例不难看出：用词表达清晰自然，不会产生误解，在大的结构上虽有些重复，但如果运用省略或替代的方式加以简化，其语言的明晰度则逊色了许多。

2. 用词正式

为了体现商务合同的法律性和严肃感，合同用词一般比较正式。

【例】 Hereafter called “the Purchaser” .

译文：下称“买方”。

【例】 Either party reserves the right to terminate this agreement upon negotiation.

译文：任何一方需中止合同都必须经过协商。

上述两句中使用了“purchase”、“party”、“reserve”、“terminate”等正式用词，而未使用常见的“buy”、“side”、“keep”、“end”等词。此外，还有如下类似常见词汇（括号内为可替换词）：assist (help), render (make), desire (wish), require (want), residence (home), function (work or act), state (say), inform (tell), commence (begin), terminate (end), initiate (start), proceed (go)等。

3. 同义词重叠使用

合同中有时成双成对地使用含义只有细微差别的同义词，使得合同具有严谨、周密的特色，以便减少漏洞与争议。

【例】 The terms and conditions found within this Contract constitute the complete and final understanding of the Seller and the Buyer (hereinafter called “the Parties”) with the respect to the commodity referred to herein.



此例句中的“terms and conditions”不宜分译成“条件和条款”，而应合译成“条款”。“terms”在合同中一般指付款或费用、手续费、佣金等有关金钱的条件，而“conditions”则指其他条件，两者组成合同中的“条款”。这种表达方式在合同语言中称为“同义词重叠”。对于合同中出现的同义词，翻译时应仔细考虑单词的内涵，合同文体以及句法要求等相关因素。

4. 使用旧体词语

具有法律效力的合同常使用旧体词语，使句子简练、严谨，突出其正规、严肃等风格特征。合同中的旧体词由“here”、“there”、“where”加后缀构成，代替句子，避免重复。例如：

【例】...hereafter called Party A.

译文：以下简称甲方。

【例】It is hereby agreed as follows:

译文：双方在此同意如下：

【例】...as stipulated in Clause – hereof...

译文：本合同第 款规定的……

【例】...and the loss and damages sustained thereby shall be indemnified by Party B.

译文：……由此而蒙受的损失应由乙方偿付。

以上例子使用了“hereafter”（本文中以下）、“hereby/thereby”（因此，据此）、“hereof”（……中的）等词，体现了英语合同文体常用旧体词语的特点。常见的类似词汇还有：herewith（与……一道），thereafter（从那以后），thereon/thereupon（在其上），thereunder（在其下），hereto（对于这个），hereinabove/hereinbefore（在上文），hereinafter/hereinbelow（在下文），therinbefore（在上文中、在上一部分中），thereinafter（在下文中、在下一部分中）等。

5. 普通词意义特殊

“Shall”用做助词表将来时态，用做情态动词可表示多种语气。在具有法律效力的合同中，“shall”不表示将来时态，而表示规定、义务等。汉译时可用“必须”、“应当”表示或不译出来。

【例】In order to guarantee the performance of the contract and its appendices, both Party A and Party B *shall* provide each other the bank guarantees for the performance of the contract.

译文：为保证本合同及其附件的履行，甲、乙双方应相互提供履约的银行担保。

另外，“allowance”一词的常意是“允许”、“津贴”，而商贸合同中多指“折扣”；“article”指“项目”或“条款”；而“deposit”多不指“存款”，而指“押金、保证金”。当



然，要使词义明确的最好方法是一词一指，一词一义，但一次多义却又是英语的一大特点，所以译者应该学会根据问题和词义的不同把握翻译技巧，确保无误。

6. 结构格式化

作为应用文体，商务合同有很多格式化的套用句式或结构。

【例】 Both parties shall act in accordance with the provisions of the agreement.

译文：双方都应按照协议条款办事。

【例】 Subject to the procurements of necessary permits in Hong Kong and Nigeria.

译文：本合同能否执行取决于是否在香港和尼日利亚取得必要的各种许可证。

以上两例中，“in accordance with（依据……）the provisions of（……的条款）”均为合同常用表达方式，“subject to”（以……为条件，受……制约）表示条件。此外，“provided that”（倘若，假如）、“in respect of”和“with respect to”（关于，至于）等都是合同中格式化的表达结构。

9.3.2 句法特征

1. 长句的使用

商务合同中的句子与普通英语相比而言，句子结构、长度和使用句子的连贯性要复杂得多。商务合同文体中的完整长句的使用可以准确界定合同当事人的有关权利和义务，排除被曲解、误解、产生歧义的可能性。句子的状语和定语从句等附加成分非常多，而且常常位于明显的位置，对主句意义进行解释、限定或修饰。

【例】 In case that one or both parties are impossible to perform the duties provided herein account of force majeure, the party (or parties) in contingency shall inform the other party (or each other) of the case immediately and may, provided the case is duly verified by the competent authorities, delay in performance of or not perform the relevant duties hereunder and may be partially or entirely exempted from the liability for breach of this agreement.

这个例子中有 76 个单词，首先是由“in case that”引导的状语从句；主句谓语有三个部分并列，分别为“shall inform...”、“and may... delay... or not perform...”和“and may be... exempted from...”在状语从句中有过去分词短语（provided herein）做后置定语修饰“the duties”，起到对名词或概念的内涵和外延进行精确界定的作用；此外还有介词短语“on account of force majeure”作原因状语。另外，主句第二个谓语部分还带有一个由“provided”引导的条件状语从句。这些均说明其表达严谨、语句凝练庄重。



2. 陈述句的使用

根据句子使用目的的不同, 英语句子可以分为陈述句、疑问句、祈使句和感叹句四大类。陈述句用于阐述、解释、说明、规定和判断, 全部的语言必须客观、平实、一般无须表达个人的感情色彩, 无须渲染气氛。商务英语合同要准确客观地评述与规定合同当事人相关的权利与义务, 因此商务合同中陈述句的使用频率相当的高。

【例】 Part A shall pay the interest in its long-term letter of credit, and pay the interest on the loans due to be rendered by party B in advance. The annual interest rate agreed upon at 3%.

译文: 甲方应该按照乙方事先提供的利率(年利率为 3%)来支付长期信用证和贷款的利息。

【例】 In all classes of insurance, proposer must disclose precious loss experience and all the facts which he could be reasonably expected to know.

译文: 在所有的保险种类中, 投保人必须公开以前的损失经历和保险人有理由希望了解的所有事实。

由此可见, 商务合同英语对句子类型存在着明显的侧重性, 由于合同需要准确客观的陈述事实, 因此较多使用陈述句。

3. 名词化

商务英语合同中常常使用名词来代替动词、形容词和长句, 这就是名词化结构, 名词化结构主要是指表示动作或状态的抽象名词或是起名词作用的非谓语动词。名词化结构在合同中随处可见。

【例】 One of the most important factors is that proceeds are transmitted from the buyer to the seller in transactions smoothly.

One of the most important factors is the smooth transmission of proceeds from the buyer to the seller in transactions.

名词化结构用于表明抽象思维的逻辑性和概念化, 从而使语体更加正式、更加具有书面语风格。为了便于确切、严密、客观地表达复杂概念, 名词化结构的组合方式也各异。高度的名词化是合同英语的一个显著特点, 名词化结构多在合同中使用。

4. 条件句的使用

合同要求准确严密地规定当事人的权利与义务, 因而商务合同思维缜密、逻辑性强, 既要考虑到各种不同情况, 又要排除各种例外情形。合同条文在规定双方应该履行的义务之外, 还考虑到各种可能发生的情况和处理办法, 所以合同条件中有较多的条件句, 尤其是在有关付款、违约责任、不可抗力、财产处理和仲裁等中更是屡见不鲜。最常见的有以下几种表达方式。



【例】 In case the sellers fail to make delivery according to the final delivery schedules, the sellers shall pay the buyers a penalty.

译文：一旦卖方不能按照最后期限发货，则必须给予卖方赔偿。

【例】 In the event of Party A shall have amended, increased or decreased its project of construction work...

译文：倘若甲方修改，增加或减少其建筑工程计划……

合同英语中条件句非常多而且形式多样，有时一个句子中出现多个条件句，这在普通文本中是很少见的。条件句的使用使得合同条款的内容更加完整、精确，不至于因为语句使用不当而导致任何一方的经济损失。

9.3.3 篇章特征

国际商务合同的结构已基本固定，由约首、本文和约尾三部分依次排列组合而成。就一份正式合同而言，这三部分是缺一不可的。其结构安排必须做到以下几点：

- (1) 合同的内容必须完整，要做到有头有尾、浑然一体；
- (2) 要求合同条款中双方的责任明确；
- (3) 合同条款的整体结构必须清晰、紧凑、逻辑性强；
- (4) 要求条款的语言应简明扼要、通俗易懂。

9.4 商务合同的翻译技巧

随着国际商务的空前繁荣，商务英语在国际交流中起着越来越重要的作用，各种涉外合同协议、公函、书信、通知、电报、演讲等日益增多。同时，在涉外合同翻译中不可避免地出现了一些失真问题。由于商务英语合同协议是具有法律效力的契约性文件，所以，对涉外谈判工作人员、涉外企业管理人员和涉外翻译工作者来说，熟悉商务英语相关专业知识，掌握商务英语语言特点，遵循准确严谨、规范统一的翻译原则，研究翻译策略是应当具备的必要条件。

9.4.1 商务合同翻译准则

商务英语翻译的标准是“功能对等”，即译文必须保证达到与原文相同的交际功能和交际目的。商务合同是一种契约文体，其文本具有用语正式、句式严谨以及篇章结构固定等特点。具体来说商务合同翻译准则可归纳为以下三点。



1. 用词准确, 译文完整

合同是签订各方的权利义务或当事人应遵守的规定, 具有法律的约束力, 因而合同行文严谨、措辞确切。译文完整准确是翻译合同的基础, 尤其是合同中的法律术语和关键词语的翻译更应予以特别重视, 仅仅忠实原文远远不够, 而应严格贴近合同所涉及的专业性内容。以“offer”一词为例, 将它翻译为“提供、提议”是正确的, 但在国际商务合同中, “offer”一般只能译为“要约、报盘”。准确严谨是合同翻译的首要标准, 翻译商务合同时必须严格遵循这一标准。例如, 下面例 1 的翻译就不够准确, 而例 2 的翻译就不够完整。

【例 1】 The date of receipt issued by transportation department concerned as the delivery of goods.

译文: 由有关的运输机构所开具收据的日期即被视为交货日期。

句中的“concerned”按字面意思译成“有关的”显得笼统、不够严谨。根据合同内容做具体分析后, 可以看出, 运输机构和合同货物之间的关系是“承运”的关系。所以译成“由承运的运输机构所开具收据的日期即被视为交货日期”更能揭示其实质意义。

【例 2】 Payment: By irrevocable L/C at sight to reach the sellers 30 days before the time of shipment.

译文: 支付: 不可撤销的即期信用证装船前 30 天开到卖方。

改译为: 支付: 买方应在装船前 30 天将不可撤销的即期信用证开到卖方。

译文完全按照原文字面翻译, 从内容上显得不够完整, 未能恰当体现出原文中买方和卖方的关系。改译通过添加原文表面没有、实际却隐含的成分, 使译文更完整、内容更清楚, 体现合同文字的严密性, 便于合同读者的准确理解。

2. 行文通顺, 条理清楚

合同译文的通顺着重体现在条理清楚上, 特别是在处理长句、复杂句时更应如此。合同的句式结构一般多为复杂的长句, 这是由于合同的撰写者希望一句话能尽量容纳更多的信息量, 同时提供的信息既完整又严密, 不给他人曲解或误解留可乘之机。在不影响原文意义的条件下, 译文应尽量用规范的语言表达方式, 使译文通顺明晰。

【例】 The Buyer shall make a claim against the Seller (including replacement of goods) by the further inspection certificate and all the expenses incurred therefrom shall be borne by the Seller.

译文: 如果买方向卖方提出索赔 (包括换货), 并出具相应的检验证明, 卖方将支付全部费用。

译者对原文所说的事实没有弄清楚, 将买方提出索赔的依据“凭检验证明”译成一个并列结构, 从而使译文未能体现出原文合同中买方提出索赔要符合一定的条件, 也未能说清楚卖方应承担哪些法律义务。这样的译文条理不清, 将来一旦产生纠纷就会出现问



3. 符合契约的文体特点

与其他商务文本相比, 合约文本属于正式程度较高的契约文体。翻译合同时使用的语言应尽量体现出契约文体的该种特点。实际上, 在合同文本的翻译过程中, 特别是约首、约尾以及正文中的某些必备条款(如不可抗力、仲裁等)都形成了一套固定的格式和套语, 翻译时遣词造句应尽量符合商务合同的契约文体特点。

9.4.2 商务合同翻译策略

1. 分清种类

翻译前必须通读全文, 明确合同的总体概况以及种类。例如, 在商品交易方面, 有国际货物买卖合同、成套设备进口合同、包销合同、代理合同、寄售合同、易货合同、保管合同、补偿贸易合同等。要研究商务合同的结构及篇章特点, 即国内国外涉外合同的主要条款和篇章结构。

2. 研读条款

在通读全文的基础上仔细研读合同的各项条款。合同各章节条款具有相对的独立性, 可以按章节、条款、段落以至句子的顺序逐一认真阅读理解。通过语义辨认、语法分析和逻辑推理三方面综合研究, 了解原文条件的含义, 为译文再现原文含义打下良好基础。

3. 安排有序

在对原文各条款作透彻理解之后组织译文, 在译文里寻找和挑选相应的表达方法, 根据目的语的表达习惯安排译文的表达方式。用简洁规范的语言, 把愿望内容准确表达出来。

4. 防止漏译

由于商务合同涉及当事者双方的利益, 有时一字之差就可能造成无法挽救的大错, 所以, 译者应该具备高度的责任感和一丝不苟的工作态度, 防止漏译。例如, 某工程项目在定购“水轮机自动控制仪表”时, 将其译为“control instruments for automatic controlled hydro_turbine”, 而实际上这个“控制仪表”分为自动型或非自动型, 应译为“auto_controlling instrument of hydro_turbine”才能配套。如果不能及时发现漏译, 购回的设备不配套, 就会造成重大经济损失。

5. 谨防上当

在审查对方合同条文时, 不仅应注重在关键问题上是否含糊其辞、暗中漏译, 而且要警惕对方设圈套。有的外国工程项目业主, 把自己在违约时应负的责任写成义务。还有的外



商为了无限期拖延付款，在付款条件上大做文章，本该根据承包的工程完成量支付进度款，但在外商合同中，还附加了“业主在经济情况不佳的情况下先缓付这一进度款。无论在何种情况下工程仍应继续进行”。如果译者发现不了这一圈套，我方可能不仅拿不到工程款，而且还得垫付施工。诸如此类的例子很多。正如在国际谈判人员中流传的一句发人深思的警言：细节中见魔鬼。对有的外商草拟的文件稿，不仅要理解字面意义，更要弄清其潜在含义。卖方在陈述自己的责任和义务时常常附有不引人注意的条件。例如，当买方要求卖方提供某些与设计或技术有关的资料、数据、公式，卖方不太愿意提供，但又没有正当理由拒绝时，卖方往往以“The seller shall submit the data concerned to the buyer if possible”（如果可能，卖方向买方提供有关数据）为由推脱。但谁去判定“possible”还是“impossible”？显然不是买方，那就意味着只要卖方以后说“不可能”，也就无须承担提供资料的责任了。诸如此类不确切的提法还有“as soon as possible”、“as detailed as possible”、“as early as possible”，使之成为橡皮尺，怎样衡量都是正确的。

6. 认真审校

为了保证翻译质量，审校译文是从事翻译工作必不可少的一个环节。译文是否忠实原文，是否通顺、流畅，语言是否规范，是否有误译、缺陷、漏译、重译、不宜或欠佳等问题，都应引起高度重视。具体审校方法可采用译者自己校改后，请别人校阅。用这种互相校改的方法，可确保整个译文连贯、术语统一，使译文达到或接近翻译标准。

9.5 商务合同范例

SALES CONTRACT

The Seller: SHANGHAI SHENG DA CO., LTD.

UNIT C 5/F JINGMAO TOWER

SHANGHAI, CHINA

No. SD080215

The Buyer: ALFAGA ENTERPRISE

28, IMAMGONJ

DHAKA, BANGLADESH

Date: Feb.15, 2008

Signed at: Shanghai, China

兹经买卖双方同意成交下列商品订立条款如下：

The undersigned Seller and Buyer have agreed to close the following transactions according to the terms and conditions stipulated below:



1. 品名及规格 (Commodity & Specification)	2. 数量 (Quantity)	3. 价格条款 (Price Terms)	
		单价 (Unit Price)	金额 (Amount)
STEEL TAPE RULES		CFR Chittagong	
JH - 392W 3M X 16MM	2000 DOZ PAIR	USD3.60/DOZ PAIR	USD7,200.00
JH - 380W 3M X 16MM	500 DOZ PAIR	USD4.20/DOZ PAIR	USD2,100.00
			USD9,300.00
总值 (Total amount): SAY U.S. DOLLARS NINE THOUSAND THREE HUNDRED ONLY			

4. 包装: 纸箱

Packing: In Cartons

5. 运输标志:

Shipping Mark: A.E.

CHITTAGONG

6. 装运期:

Time of Shipment: During May, 2008

7. 装运港及目的港:

Loading Port and Destination: From Shanghai to Chittagong

8. 允许分批装运及转运

Partial Shipment and Transshipment are allowed

9. 保险: 由买方负责

Insurance: To be effected by the buyer

10. 付款方式: 买方须通过卖方接受的银行开立不可撤销即期信用证并于装运月前 30 天到达卖方。装运月后 15 天内在中国议付有效。

Terms of Payment: The Buyer shall open through a bank acceptable to the Seller an Irrevocable Sight Letter of Credit to reach the Sellers 30 days before the month of shipment. Valid for negotiation in China until the 15th day after the month of shipment.



11. 商品检验: 以中国_____所签发的品质/数量/重量/包装/卫生检验合格证书作为卖方的交货依据。

Inspection: The Inspection Certificate of Quality / Quantity / Weight / Packing / Sanitation issued by_____of China shall be regarded as evidence of the Sellers' delivery.

12. 其他条款:

OTHER TERMS:

(1) 异议: 品质异议须于货到目的口岸之日起 30 天内提出, 数量异议须于货到目的口岸之日起 15 天内提出, 但均须提供经卖方同意的公证行的检验证明。如责任属于卖方者, 卖方于收到异议 20 天内答复买方并提出处理意见。

Discrepancy: In case of quality discrepancy, claim should be lodged by the Buyers within 30 days after the arrival of the goods at the port of destination, while for quantity discrepancy, claim should be lodged by the Buyers within 15 days after the arrival of the goods at the port of destination. In all cases, claims must be accompanied by Survey Reports of Recognized Public Surveyors agreed to by the Sellers. Should the responsibility of the subject under claim be found to rest on the part of the Sellers, the Sellers shall, within 20 days after receipt of the claim, send their reply to the Buyers together with suggestion for settlement?

(2) 信用证内容须严格符合本售货合约的规定, 否则修改信用证的费用由买方负担, 卖方并不负因修改信用证而延误装运的责任, 并保留因此而发生的一切损失的索赔权。

The contents of the covering Letter of Credit shall be in strict conformity with the stipulations of the Sales Contract. In case of any variation there of necessitating amendment of the L/C, the Buyers shall bear the expenses for effecting the amendment. The Sellers shall not be held responsible for possible delay of shipment resulting from awaiting the amendment of the L/C and reserve the right to claim from the Buyers for the losses resulting therefrom.

(3) 除经约定保险归买方投保者外, 由卖方向中国的保险公司投保。如买方需增加保险额及/或需加保其他险, 可于装船前提出, 经卖方同意后代为投保, 其费用由买方负担。

Except in cases where the insurance is covered by the Buyers as arranged, insurance is to be covered by the Sellers with a Chinese insurance company. If insurance for additional amount and /or for other insurance terms is required by the Buyers, prior notice to this effect must reach the Sellers before shipment and is subject to the Sellers' agreement, and the extra insurance premium shall be for the Buyers' account.



(4) 因人力不可抗拒事故使卖方不能在本售货合约规定期限内交货或不能交货, 卖方不负责任, 但是卖方必须立即以电报通知买方。如果买方提出要求, 卖方应以挂号函向买方提供由中国国际贸易促进委员会或有关机构出具的证明, 证明事故的存在。买方不能领到进口许可证, 不能被认为系属人力不可抗拒范围。

The Sellers shall not be held responsible if they fail, owing to Force Majeure cause or causes, to make delivery within the time stipulated in this Sales Contract or cannot deliver the goods. However, the Sellers shall inform immediately the Buyers by cable. The Sellers shall deliver to the Buyers by registered letter, if it is requested by the Buyers, a certificate issued by the China Council for the Promotion of International Trade or by any competent authorities, attesting the existence of the said cause or causes. The Buyers' failure to obtain the relative Import Licence is not to be treated as Force Majeure.

(5) 仲裁: 凡因执行本合约或有关本合约所发生的一切争执, 双方应以友好方式协商解决; 如果协商不能解决, 应提交中国国际经济贸易仲裁委员会, 根据该会的仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的, 对双方都有约束力。

Arbitration: All disputes arising in connection with this Sales Contract or the execution thereof shall be settled by way of amicable negotiation. In case no settlement can be reached, the case at issue shall then be submitted for arbitration to the China International Economic and Trade Arbitration Commission in accordance with the provisions of the said Commission. The award by the said Commission shall be deemed as final and binding upon both parties.

(6) 附加条款 (本合同其他条款如与本附加条款有抵触时, 以本附加条款为准。)

Supplementary Condition(s) (Should the articles stipulated in this Contract be in conflict with the following supplementary condition(s), the supplementary condition(s) should be taken as valid and binding.)

The Seller

SHANGHAI SHENG DA CO., LTD.

The Buyer

ALFAGA ENTERPRISE



Part II 项目任务

Task 1 根据提示把下列句子译成英语。

1. 本协议的各方均应履行协议规定的义务。



Notes: 翻译“履行”时注意同义谓语的成对使用。

2. 因执行本合同所发生的与本合同有关的一切争议, 双方应通过友好协商解决。

Notes: 翻译“友好”与“协商”时注意选用正式词语。

3. 有鉴于双方之间合同规定, 任何一方均不能提前 6 个月发通知撤销合同。

Notes: 翻译“有鉴于”时注意使用旧体词语。

4. 本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均受中华人民共和国法律的管辖。

Notes: 翻译时注意特殊词“shall”的合理使用。

5. 双方的一切活动都应遵守项目所在国的法律、法令和有关条例规定。

Notes: 翻译时注意使用格式化套用句式或结构。

6. 付款方式为 100%即期、保兑、不可撤销信用证。

Notes: 翻译时注意合同专用词语的使用。

7. 汇票必须附有全套印有“货物收讫”字样的正本海运提单, 凭指示、空白背书, 并写明“运费已付”。

Notes: 翻译“空白背书”时注意选用恰当的词语。

8. 可以允许分批发货, 但须提交一套清洁的装运单据。

Notes: 注意翻译时语态的正确使用。

9. 卖方应在收到船舶公司出具的有关单据之日起, 20 天内向买方支付款项。

Notes: 翻译“在……之日起”是注意选用恰当的词语。



10. 在协议的条件下, 制造商同意接受下列销售协议各项条款的约束。

Notes: 翻译“在……条件下”时注意选用恰当的词语。

Task 2 根据信息提示和注释, 把下面长句译成汉语

1. If a Party breaches any of the representations or warranties Given by it in Articles 18.1 or repeated in 18.2, then in addition to any other remedies available to the other Party under this contract or under Applicable Laws, it shall indemnify and keep indemnified the other Party and the company against any losses, damages, costs, expenses, liabilities and claims that such Party or the Company may suffer as a result of such breach.

Notes: 将此长句拆分为四个意义段翻译, 分别是: (1) If a Party breaches... in Articles 18.1 or repeated in 18.2; (2) then in addition to...Applicable Laws; (3) it shall indemnify and...costs, expenses, liabilities and claims; (4) that such Party or...as a result of such breach.

2. In the event that the Company's operations are reduced substantially from the scale of operation originally anticipated by the parties, or the Company experience substantial and continuing losses resulting in negative retained earnings not anticipated by the Parties in the agreed Business Plan, or in any other circumstance permitted under Applicable Laws or agreed by the Parties, the Parties may agree to reduce the registered capital of the Company on a pro rata basis.

Notes: 注意理清逻辑关系, 即三个假设条件, 一个结论, 表达顺序与汉语一致, 可按照原文的语序进行翻译。



Part III 项目训练

1. 将下列英语短语或缩写译成汉语。

- (1) more or less clause
- (2) shipping mark
- (3) FOB
- (4) port of loading
- (5) W.A.
- (6) documents against payment
- (7) letter of credit
- (8) opening bank
- (9) partial shipment
- (10) F.P.A.

2. 将下面的句子翻译成汉语并注意黑体字的翻译。

(1) The agreement became **null and void** owing to Party B's failure to fulfill their obligations.

(2) Party A **shall** not be asked to pay at once any royalties in default on the part of Party B to the Delivery of Technical Documentation.

(3) The Seller **hereby** warrants that the goods meet the quality standard and are free from all defects.

(4) The Buyer shall, 15 days before the time of shipment after this Contract **comes into**



effect, open an irrevocable Letter of Credit in favor of the Seller.

(5) Should the Seller fail to make delivery on time **as stipulated** in the Contract, the Buyer shall agree to postpone the delivery.

(6) Deliver **must be effected** within the time stated on the purchase order, otherwise the Buyer must be at its opinion to cancel the order.

(7) In the course of arbitration, the Contract shall be continuously executed by parties except the part of the Contract which is **under arbitration**.

(8) **After the Seller receives the relative documents** issued by the Shipping Company, the Seller shall pay to the Buyer within 20 days.

(9) **When** one party to the Joint Venture Company assigns all or part of his investment the other party has preemptive right.

(10) Both Parties shall apply to their respective government authorities for approval **before** the Contract is officially signed.

3. 将下面的句子翻译成英语。

(1) 本合同应于签字之日起生效。

(2) 鉴于甲方愿聘请乙方，乙方同意应聘为甲方在北京的工程师，双方协议如下：

(3) 如果上述货物对船舶和船上其他货物造成伤害，托运人应负全责。



(4) 双方特此协议, 乙方除支付受训人员赴美国的往返旅费及其薪金外, 不承担此类培训费用。

(5) 如无此项说明, 商业单据仅凭付款交付。

(6) 如果甲方坚持原报价, 乙方则只能从其他地方购进所需货物。

(7) 可以允许分批发货, 但须提交一套清洁的装运单据。

(8) 本合同于二零零四年三月三日签订, 一式两份, 每份用英文和中文写成, 两种文本具有同等效力。

(9) 如因违反合同而造成损失的, 应由违反合同的一方承担经济责任。

(10) 买方自 2009 年 7 月 1 日起分三年偿付卖方全部设备的总金额。



Part IV Useful Words and Expressions

construe [kən'stru:]

v. 解释

hereto ['hiətu:]

adv. (正式) 于此, 对于此事 (或此文件)

territory ['teritəri]

n. 区域; 地区

sustain [səs'tein]

v. 遭受, 蒙受

indemnify [in'demnifai]

v. 赔偿, 补偿

appendice [ə'pendəsi:z]

n. 附录

provision [prə'vizən]

n. 条款, 规定

procurement [prə'kjuəmənt]

n. 获得

contingency [kən'tindʒənsi]

n. 意外事故

exempt [ig'zempt]

v. 免除, 豁免

proposer [prə'pəuzə]

n. 投保人

discrepancy [dis'krepənsi]

n. 差异, 异议

amicable ['æmikəbl]

adj. 友好的

force majeure

不可抗力

annual interest rate

年利率



inspection certificate

Survey Report

Recognized Public Surveyor

registered letter

检验证书

货物检验报告

公正行

挂号函

Module 10

Sightseeing



Part I 项目准备

10.1 旅游翻译简介

随着中国旅游业的兴盛，越来越多的外国旅游者来到中国旅游。继中国成功举办 2008 年奥运会之后，中国更是成为了外国游客们猎奇、访古、探幽、览胜之所。了解旅游文本的基本特点并准确而恰当地翻译旅游文本是旅游翻译的一项基本而深刻的课题。旅游翻译是指对一切旅游文字资料的翻译，包括旅游景点介绍、旅游宣传广告、旅游告示牌、民俗风情画册、古迹楹联解说等方面的内容，而其中以景点的相关翻译最具旅游文体特色，也是旅游翻译中的重点和难点。





10.1.1 旅游文本的构成与特点

关于旅游文本的类型,蒲元明曾指出“英译旅游资料,是指以国外普通旅游者为对象,介绍中国旅游事业和旅游资源的各种资料,包括图书、画册、导游图、明信片、幻灯片、电视录相片、电影记录片等。

旅游文本是一种应用文体,形式灵活多样,内容包罗万象,文体类别丰富多彩。它主要包括旅游广告、手册、网站文本、标识语、导游词、导游指南等文体。

旅游文本的特点主要体现在词汇量大、知识面宽、文化面广、措辞讲究、风格人性化与功能多样化等特点,这也是由旅游的全球性、文化性、商业性、教育性与娱乐性决定的。

10.1.2 旅游文本的功能与目的

旅游文本主要有两个功能:一是传递信息,二是诱导行动。旅游文本属于“信息+宣传鼓动类”语篇,功能是为提供旅游目的地食、住、行的相关信息,帮助游客了解景点文化,熟悉各景点的来历、特点、历史沿革及有关轶闻传说,以助游兴。目的语期待受众能通过旅游文本翻译了解更多的旅游目的地源远流长的历史文化、风景优美的自然风光、丰富多样的民族风情、地理历史背景、文化特色背后的深厚文化内涵。旅游文本翻译应顺应跨文化交际和世界文化大融合的趋势,真正使翻译活动成为跨文化交流,促进旅游业发展、在国际旅游市场竞争中打响自己的品牌、实施旅游业可持续发展战略的重要媒介。

10.2 欣赏旅游文本翻译并体会语言特点

(1) 峨眉山月清凉皎洁,光华如洗,熠熠生辉,丝丝扣人。

译文: The moon over Mount E Mei is charmingly shimmering, giving off its coolly pure and silk-slim moonlight.

Notes: 原文中的四字结构在译文中大多采用副词或形容词形式来解决,这样比较符合英美读者的修辞审美情趣,只有这样英美游客才会对峨眉山的美景产生共鸣。

(2) 君山的飞来钟传说是钟相、杨么的自鸣。

译文: The bell from nowhere of the Junshan Isle is said to be the automatic alarm bell of Zhongxiang and Yangyao, leaders of peasants uprising in the 12th century.

Notes: 此译文如果不增添释义性的信息,游客就不知道钟相、杨么为何许人也,从而影响对这句话的理解。这些人对他们来说就像美国两百年前一位不知名的州长之于中国人一



样。因此，适当添加信息有助于游客对信息的理解。

(3) 当你步入沟中，便可见林中碧海澹荡生辉，瀑布舒撒碧玉。一泻金秋，满山枫叶绛红。盛夏，湖山幽翠。仲春，树绿花艳……四时都呈现出它的天然原始，宁静幽深。

译文: Mystic lakes and sparking waterfalls captivate your eyes as you enter the ravine. The trees are in their greenest in spring when intensified by colorful flowers. In summer, water tints spread over the hills and lake lands. As summer merges into autumn, the maple tree turns fiery. Splashing color through the thick forest hill-tranquility pervades primitive Jiuzhaigou throughout the year.

Notes: 这则旅游景点文本原文用了许多华丽的修饰语，语气强烈，描写绘声绘色，而译文用词凝练，表达直观具体。这充分体现了英汉两种不同的语言习惯，直译原文，信息效果得不到体现，不能实现旅游文本的功能。

(4) 乐山水光山色独特，地理环境优越，素有“绿杨夹岸水平铺”之称，举行龙舟赛得天独厚。

译文: Famous for its “tranquil river fringed with rich vegetation”, Leshan in Sichuan Province has the ideal setting for its Dragon Boat Festival.

Notes: 此译文省掉“水光山色独特，地理环境优越”，行文简练，以求神似。其实，“绿杨夹岸水平铺”正是省略部分的具体体现。

(5) 在四川西部，有一美妙去处，它背依岷山主峰雪宝顶，树木苍翠，花香袭人，鸟声婉转，流水潺潺。它就是松潘县的黄龙。

译文: One of Sichuan's finest spots is Huanglong (Yellow Dragon), which lies in Songpan County just beneath Xuebao, the main peak of the Minshan Mountain. Its lush green forests, filled with fragrant flowers, bubbling streams and songbirds, are rich in historical interest as well as natural beauty.

Notes: 原文运用归纳叙述的方法，先具体描述这一景点，然后再点明这一美妙去处究竟在哪里，这符合汉语的思维方式。而相应的英语语篇往往采取开门见山的形式，先点明地点，再进行描述。所以为使译文具有同等的祈使功能，在语篇结构应按英语语篇的规范做出调整。

10.3 旅游文本的语言特点

旅游文体属于应用文体范畴，是一种大众化、喜闻乐见的通俗读物，它的目的就是要让普通游客读懂、看懂，并能从中获取相关的自然、地理、文化、风俗等方面的知识。



10.3.1 汉语旅游文本写作特点

中国文化博大精深，在描写旅游景点时，中文资料经常引经据典，旁征博引；喜欢引用大量的古诗词和名人典故，古文在旅游介绍中频频出现，且用词凝练，含义丰富。

【例】 西湖山水，风景如画。沿湖还有曲院风荷，花港公园，柳浪闻莺等各具特色的园林，以及灵隐寺，岳庙，飞来峰等名胜古迹。人们赞颂“天下西湖三十六，其中最好是杭州”。每年农历八月十五，钱江涌潮最大，潮头可达数米。海潮来时，声如雷鸣，排山倒海，犹如万马奔腾，蔚为壮观。

10.3.2 英语旅游文本的写作特点

英语在描写景物时注重理性与写实，客观具体，追求形象的直观可感与流畅自然之美。在信息的设置上，英语旅游篇章主要体现传递信息、提供资讯的功能，突出信息传递的客观性与可靠性，在平淡的客观描述中给读者以充足的信息。

【例】 Welcome to Grand Canyon National Park.

A powerful and inspiring landscape, the Grand Canyon overwhelms our senses through its immense size; 277 river miles (446km) long, up to 18 miles (29km) wide, and a mile (1.6km) deep.

英语的景物描写多实景实写、客观理性，力求准确真实地再现自然，在遣词造句上显得客观朴实，干净利落；而汉语喜用虚空之词写景抒情，多凝练含蓄、音韵和美。汉语深受儒家哲学和美学传统影响，遣词造句多空灵叵测、虚幻神异，利于营造意境，因为“意境创造的极至就是创造含蓄美、朦胧美，也就是模糊美”。要实现旅游文本翻译的目的，译者不仅要准确地把旅游信息传达出来，而且要使译文语言具有感染力、说服力和号召力。

旅游资料文本有着商业性、文学美感、广告宣传以及文化传播等特点，如果不能妥善处理文化之间的差异必然难以取得预期的效果，在翻译时更应考虑其实际运用效果，注重信息的准确性和语言的实用性，符合目的语的审美特点和接受习惯。

10.4 旅游文本的翻译方法

翻译是一种跨语言的活动。语言之间的共性是可译性的基础，语言之间的差异性则是翻译的主要障碍。翻译要克服的实际上就是语言之间的这种差异性。英汉两种语言各有自己的特点。在翻译旅游材料时，要充分注意到他们的这些不同，努力做到言之有理、言之有



据、言之有神、言之有趣。

10.4.1 调整译法

在翻译过程中，对信息传译过程中语义要进行必要的调整。只要这种调整是以分析原文为基础，以实现译文预期功能为目的所做出的理性选择，同时又运用得当，有时确实能起到一般翻译方法难以达到的积极效果。国际译联于 1994 年 7 月 9 日修订的《翻译工作者章程》第一章第五条就曾明确指出：“忠实于原文并不等于逐字逐句的直译。译文的忠实性并不排除为使原作的形式、气氛和深层意义得以用另一种语言再现而进行的适当调整。”（王宪生，1997）本文中所指出的调整译法包括删减译法和改写译法两种。

1. 删减译法

对于旅游资料中的某些知识，国人一看就懂，而不了解中国情况的游客未必能懂，对于有些知识国人需要深入了解，外国游客未必要过细了解。因为多数外国游客是为了了解中国的风土人情，增加旅游乐趣，而不是进行考古或专业学习，所以不必向他们提供过分详细的专业性知识。由于传统文化习惯，中国人写文章时喜欢引经据典，旁征博引，在旅游资料中比较常见的就是引用古诗词，以增加文采。中国游客看到这些便会有一种犹如身临其境的亲切感，然而，对于那些不谙中国文化的外国游客而言，就显然是多此一举了。对于这些不影响原文中主要信息量的冗余部分，翻译时可以将其删去，这样使游客反倒觉得干脆利落，明白畅晓。

【例】 当风和日丽时，举目远望，佘山、金山、崇明岛隐隐可见，真有“登泰山而小天下”之感。

译文：Standing on the deck, one gets the feeling that the world below is suddenly belittled. (或 When one looks out from such an altitude, the world before him seems to be suddenly belittled.)

原文中“登泰山而小天下”这句被译者省略了，因为中国与外国游客本国的地理差异较大，在他们的脑海中没有“泰山”这个概念。

【例】 惠州市是广东省直辖市，位于广东省的东部，珠江三角洲的东端，属于今日珠江三角洲经济开放区。战国时期属于楚国，隋朝称“循州”并设府。公元 1021 年改称惠州。据《方兴纪要》载：惠州“东接长汀，北接赣岭，控潮梅之襟要，半广南之辅翼，大海横陈，群山后拥，诚岭南之名郡也。”

译文：Huihou city is located at the south-eastern part of Guangdong Province and the east part of Pearl River Delta, which is under provincial administration. It is an open zone of economic development. It has been an administration prefecture named Xunzhou ever since



the Sui Dynasty(581 - 618 AD). After 1021 it was named Huizhou until now. The city is a very important spot for her strategic and geographic position.

在上述译文中, 译者对原文做了较大幅度的调整, 把《方兴纪要》中的内容全部删去, 从而没有使读者觉得译文晦涩难懂而停止阅读, 而是用“The city is a very important spot for her strategic and geographic position”这么一句将其意义进行了精确的概括, 处理后的译文也更符合目的语读者的语言习惯。

2. 改写译法

旅游宣传资料中常常带有一些中国特有的文化信息词, 如阴历纪年、旧地名、古官职等, 如果按字面意思直译成英语, 游客不一定看得懂。那么在汉译英过程中, 应该考虑到游客对这些信息的接受能力, 并不影响他们对原文理解的基础上, 采用间接的手法将原文改写得简单明了。例如, 在“成都武侯祠”折叠式导游图中有这么一句: “刘备章武三年病死于白帝城永安宫, 五月运回成都, 八月葬于惠陵。”

译文: Liu Bei died of illness in 233 at present-day Fengjie county, Sichuan province, and was buried here in the same year.

这句话在中国人看来简单, 但如果一味直译的话外国读者可能会如坠云里雾里。原文里涉及古地名、古年代, 这些文化词语在目的语中因为找不到对应的词汇而形成“文化空缺”, 所以有必要对其进行改写变通, 真正使译语读者和原语读者具有同样的感觉。

【例】上海市系江南名城, 远东巨埠, 内联九州, 外通四海, 物华天宝, 人杰地灵。

译文: Shanghai is a famous port city in south east China and in the Far East. Linked with all the places in China and major ports throughout the world, this metropolis is known as a land of attractive resources and magical power, a birthplace of creative mind and gifted talents.

“巨埠”、“九州”、“四海”分别是“上海”、“中国”、“世界”的旧称, 而且都是四字格式, 表现出了中文独特的表达习惯。原文非常生动自然, 但若整句逐字译出, 必使译文累赘、臃肿, 达不到应有的修辞效果。译者在译文中灵活地运用词或词组对原文中的旧地名进行改写, 使译文明了易懂, 减少了文化干扰。

10.4.2 增素译法

中国与以英语为母语的民族, 由于生活地域、历史和文化有着巨大的不同, 对同一事物的理解也存在着较大的差异。对于旅游资料中的有些内容, 如人名、地名、朝代名和宗教术语等, 中国人可能妇孺皆知, 但外国游客未必了解。为了更好地达到信息的传递, 让读者易于理解和加深印象, 译者有必要适当增加一些词、词组或句子等来对其进行补充。



1. 释义

原语读者可能对旅游资料中的几个字、几句话所承载的文化信息了如指掌，但对于外国游客来说，他们可能会觉得陌生。成功的译文不是对原文的字对字的解释，而是把我们司空见惯的但又是译文读者所必需的信息加上补充性的解释。

例如，画名《狼牙山五壮士》的译文为“Five Death-defying Armymen Resisting Japanese Aggressors on MT. Langya”。

这幅画描绘的是在抗日战争的岁月里，五位战士同仇敌忾，在弹尽粮绝的情况下宁可捐躯献身而不苟且偷生的激烈战斗场面。因而，它被人们称为一幕悲壮的史诗并说明了其由来。如果直译为“Five Heroic Armymen on Mt. Langya”，那么译文中一点也没有壮士们浴血疆场视死如归的豪迈气概，对译文读者而言产生不了内心的涟漪与共鸣。

【例】 湖南省位于长江中游南部，东经 108° 至 114°，北纬 24° 至 30°。因地处洞庭湖之南，所以叫做湖南。

译文：Hunan Province lies just South of the middle reaches of the Changjiang(Yangtze) River between 108' and 114' E longitude and 24' and 30' N latitude. As it is also situated south of Lake Dongting, the Province has the name Hunan, which means “south of the Lake” .

对比原文和译文，不难发现译者在原文末尾添译了一个非限定性定语从句：“which means ” south off thee lake”，为的是对“湖南”进行解释，让读者了解“湖南”的由来，对它有更深刻的印象。

【例】 每年农历五月初五，数十万乐山人民欢庆端午佳节，观赏嘉州风采。

译文：On the fifth day of the fifth lunar month (early in June) each year, thousands upon thousands of Leshan people gather together to celebrate the Dragon Boat Festival and enjoy the scenic splendor of Jiazhou, Leshan' ancient name.

如果译文中不加上“嘉州”的同谓语“Leshan'ancient name”，游客会产生迷惑，弄不懂“Leshan”与“Jiazhou”到底是什么关系。同样，括号里面的“early in June”也是为了帮助解释“农历五月初五”的粗略时间，因为“五月”是按照农历计时，不是公历，外国游客会读不懂。

2. 增加

增加与释义有所不同，它是为了易于读者对原文的某些字、词、句的理解而添加的一些相关的知识和背景资料，如历史事件发生的年代、名人的生卒年代、他们的身份以及在历史上的贡献、名胜的具体位置和音译人名、地名等。源远流长的华夏文明中有许多著名事件、英雄人物、典故传奇等，而旅游资料中提到的这些风景名胜往往与它们有关，那么在翻



译的过程中，如果不增加相应的补充信息，一般外国游客是无法理解的，所以在翻译时，有必要在有关信息上进行适当的增加，即增词不增意，或增词略增意。

【例】早在殷商时期，我们华夏祖先便早已确立了东、西、南、北、中五个方位。太阳初升的东方代表冬去春来、万物繁衍昌盛的景象。

译文：Dating back to the Yin and Shang periods (1766B.C—1122B. C), Chinese ancestors established the sense of five directions of north, south, east, west and center. The east, where the sun rises, represents life's fertility with the end of winter and coming of spring.

上段增译了殷商时代的具体年代，因为外国游客对中国的历史并不了解，加上年代，会翻译得更清晰。

【例】林边有一个洞，叫白龙洞。传说《白蛇传》的白娘子曾经在这里修炼。

译文为：Near the forest is the white Dragon Cave which is said to be the very place where Lady White, the legendary heroine of The Story of the White Snake, cultivated herself according to Buddhist doctrine.

如果在翻译时没有对《白蛇传》这个典故传奇给予必要的背景补充知识，外国读者阅读时必然会产生狐疑：中国的怀特太太为什么会在白龙洞这样一个小岩洞里，又是怎样修炼呢？译者在加上“the legendary heroine of The Story of the White Snake”后，读者的狐疑便会立刻烟消云散，知道这原来是个传说。

【例】新发掘的秦兵马俑被称为“世界第八大奇迹”。大雁塔、鼓楼是唐代留下来的建筑。您可以到杨贵妃洗澡的华清池去洗温泉澡。作为炎黄子孙，你或许还有兴趣去拜谒一下离西安不远的黄帝陵。

译文：The life-size terra cotta soldiers and horses of the Qin Dynasty (221B.C-206B.C), unearthed recently, are praised as the “Eighth Wonder of the World”. Other interesting sites include Dayan Ta (Great Wild Goose Pagoda) and GuLou (Drum Tower), both erected in the Tang Dynasty, and the Huaqing Hot Springs where visitors may bathe in the warm mineral water. This site used to be the private baths for Yang Guifei, favorite concubine of a Tang emperor. If you are of Chinese descent, you may be interested in paying homage to the Tomb of Huangdi (Yellow Emperor), the first Chinese emperor, not far away from Xi'an.

这段话中涉及人名、地名和事件。为了让外国游客知道杨贵妃是何许人也，译者增加了一点说明性的文字“favorite concubine of a Tang emperor”。此外，在对人名、地名处理时采用的是音译和意译相结合，对字面意思的解释用括号括起来，如“大雁塔”、“鼓楼”、“黄帝”分别译为“Dayan Ta (Great Wild Goose Pagoda)”、“Gulou (Drum Tower)”、“Huangdi (Yellow Emperor)”。译者通过音译和意译相结合的方法，可使读者产生生动有趣的联想与美的享受，对其内容一目了然。



10.4.3 转性译法

转性译法是旅游资料翻译中常用的一种技巧。它把原文中有关的内容转化为外国游客熟悉的同类的内容。为使旅游信息在英语读者中产生反应,可用“以此及彼”的方法拉近游客与中国文化的距离,使他们产生亲切感,激发他们的游兴。

【例】这就是宜丰境内的曹洞宗创始人良价和尚的墓塔,这里的墓塔林和嵩山少林寺的墓塔林相比,别具一格。

译文: This is the stupa of monk Liangjia in Yifeng County, who was the founder of Caodong Sect. This forest of stupas, the cemetery for noted monks, has a distinctive style compared with the forest of stupas of Shaoling Temple on Songshan Mountain.

原文中的“墓塔”是指历代德行较高的和尚的塔形墓,墓塔中往往放着和尚死后烧剩的骨头,这种骨头在佛教中被称为“舍利子”。一般人们将墓塔译为“tomb-pagoda”或“Memorial Grove”。其实,这种处理方法没有说出墓塔的本质意义,使外国读者难以理解。而用来自梵文的“stupa”一词来表示“墓塔”则更为恰当,更易使英语读者理解。因为“stupa”这个词已为英语词汇所吸收。《宗教词典》给其下的定义为:“最初形式是圆冢,即埋遗体或舍利子于土中,累土石于上。至阿育王时,始造复钵式的塔。”

【例】银川是宁夏回族自治区的首府,位于甘肃省中心。从明清以来,她就是伊斯兰教在西北部的居住地和传播中心。

译文: Honored as a smaller Mecca, Yinchuan, the capital of Ningxia Hui Autonomous Prefecture is located in central Gansu Province. Since the Ming and Qing dynasties, Yinchuan has been a place for Moslems to live and a center of Islamic education in the Northwest.

译者在译文中通过引入朝拜圣地“Mecca”,将银川比做小麦加,使读者对银川有了更透彻、更形象的了解;同时,也能使游客体会到银川在中国历史文化上到底起到了一个什么样的作用,而且容易理解。采用转性手法,能使外国游客将自己在游历中碰到的陌生年代、地方或事件与自己文化中相对应的联系起来,便于他们理解。这类似于翻译中的归化法,即对原语的语言形式、习惯和文化传统的处理以目的语为归宿,最终看译文是否被读者接受。当然,这也是一种比较实用的变通手法,“变通是指采用带有译入语文化色彩的词语来翻译源语所固有的事物,使读者在其熟悉的语境中更好地理解并接受源语的文化信息”。(张强, 2000)

转译可以是方方面面的,可以把民间传说中的“梁山伯与祝英台”比做“罗密欧与朱丽叶”,把济公比做 Robin Hood, 北京的王府井可以比做美国纽约的第五大街等。通过这种转性,可以简洁而较为准确地介绍人物或景点,使游客在自己的文化基础上理解异国文化情



调, 加强文化的交流与理解。

10.5 旅游文本翻译欣赏

【例】阿坝州风光秀丽, 山河壮美。座座雪峰耸入云霄, 原始森林遮天盖地, 莽莽草原花团锦簇, 叠溪遗迹神秘奥妙, 瀑布溪流蜿蜒跌宕, 高山湖泊灿若明珠, 藏羌村寨别具一格, 肥沃河谷瓜果飘香。

译文: The beautiful landscapes of Aba Prefecture feature towering snow-clad mountains, crisscrossing rivers, and boundless forests and grassland. On this fertile land are peculiar geological ruins, fantastic streams and waterfalls, alpine lakes, and Tibetan and Qiang villages.

赏析: 原文多四字结构, 是如今常用的表达方式。汉语工整对仗、抑扬顿挫、气势磅礴, 英语却长短不一、参差不齐、直观简洁。译文首先将整个段落分成两部分, 第一部分从大处着眼, “阿坝州风光秀丽, 山河壮美”总领“森林”和“草原”; 第二部分为细节描述, 其形容词四字结构基本未译, 省略了“灿若明珠”、“别具一格”和“瓜果飘香”。译文并非面面俱到, 思维方式差异很大。

【例】崂山, 林木苍翠, 繁花似锦, 到处生机盎然, 春天绿芽红花, 夏日浓荫蔽日, 秋天遍谷金黄, 严冬则玉树琼花。其中, 更不乏古树名木。景区内, 古树名木有近 300 株, 50%以上为国家一类保护植物, 著名的有银杏, 桧柏等。

译文: Laoshan Scenic Area is thickly covered with trees of many species, which add credit for its scenery. Among them over 300 are considered rare and precious, half of which are plants under top-level protection. The most famous species include ginkgo and cypress.

赏析: 此译文去掉了四字结构虚实不定的朦胧之美。英语的景物描写大多实景实写, 客观地再现自然。因此, 在翻译时, 应当化虚为实, 去除虚华溢美之词, 使译文自然流畅。



Part II 项目任务

Task 1 景点介绍翻译(一)

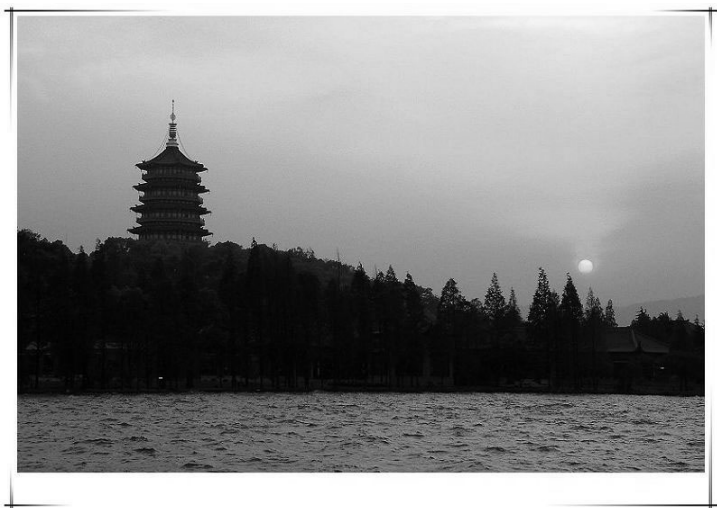
1. 背景介绍

浙江东方集团控股有限公司将接待来自美国的合作公司代表团。按照公司的日程安排, 公关部小金将陪同客人游览西湖景点之一: 雷峰夕照。拿到相关资料, 小金将熟悉景点介绍, 并根据经理要求, 将它译成英文。



2. 文本

雷峰夕照



雷峰塔始建于公元 977 年，吴王钱弘俶为庆祝黄妃得子而建。原为黄妃塔，因塔坐落的山头名为“雷峰”，后改称雷峰塔。夕阳西照时，塔影横空，金碧辉煌，故名“雷峰夕照”。原塔于 1924 年倒塌，现塔为 2000 年在原址重建，高 71.96 米。塔身底层为雷峰塔遗址展览馆。

雷峰塔原是一座八角五层砖木结构的楼阁式塔，元朝时，雷峰塔还保存得较为完好，有“千尺浮图兀倚空”的记载。明嘉靖年间，倭寇侵入杭州，因怀疑塔内藏有明军而放火烧掉了雷峰塔，只留下了砖体塔身。清朝末年到民国初期，由于传说雷峰塔的塔砖可以用来驱病强身或安胎，许多人就从塔砖上磨取粉末、挖取砖块。1924 年 9 月 25 日下午，几乎挖空的塔基再也不堪重负，突然全部崩塌。

1999 年 10 月，杭州市决定重新建造雷峰塔，重塑雷峰夕照景观，2002 年 10 月 25 日落成。

3. 任务分析

主要任务如下：

- (1) 阅读此景点介绍，了解相关信息；
- (2) 查阅有关语言辞典、翻译工具书以及网络资源，解决翻译难点；
- (3) 分析此景点介绍所使用的翻译技巧和方法；
- (4) 完成译文。



4. 操作示范

- (1) 雷峰塔: Leifeng Pagoda (这里“塔”所对应的英语单词应为“Pagoda”)。
- (2) 雷峰夕照: Leifeng pagoda in evening glow (因为“glow”一词尤指没有火焰的燃烧物发出的光亮, 光辉)。
- (3) 八角五层砖木结构: an octagonal, five-storied tower of brick and wood。
- (4) 倭寇: Japanese pirates。
- (5) 驱病强身或安胎: Repel illness or prevent miscarriage。
- (6) 文献资料: Documents。
- (7) 砖体塔身: The brick skeleton。

5. 翻译技巧

- (1) 旅游资料翻译技巧: 增词法、加注法、类比法、删减和调整法、解释法等。
- (2) 旅游景点名称的翻译方法: 音译、意译、音译加意译等。

Task 2 景点介绍翻译(二)

1. 背景介绍

九寨沟是举世闻名的大熊猫故乡, 自然景观令人向往。按照公司的日程安排, 公关部



小金将陪同来自加拿大的代表团去九寨沟游览。拿到相关资料，小金将熟悉景点介绍，并根据经理要求，将它译成英文。

2. 文本

九寨沟



我们这次旅游的目的地是举世闻名的大熊猫故乡，列入世界自然遗产名录的九寨沟自然保护区。

九寨沟位于我国四川省阿坝藏族自治州境内，因沟内有九个藏族村寨而得名，是一片纵深达 35 千米的自然风景区。风景区内那终年积雪的山峰、苍翠繁茂的森林、宁静悠远的湖泊、各种各样的珍禽奇兽，都构成了九寨沟风景区的独特风貌。进入九寨沟如同进入世外桃源一般，人间烦恼都会置于脑后。

九寨沟是水的天地。九寨沟的水是人间最清澈的水，水构成了九寨沟最富魅力的景色，是九寨沟的灵魂。无论是宁静的湖泊，还是飞泻的瀑布，都是那么的神奇迷人，令游人流连忘返。

当地人把九寨沟的湖泊叫做“海子”。九寨沟有 108 个“海子”，虽大小不一、形状各异，却都清澈见底。这些湖泊有的隐匿在峡谷中，有的镶嵌在原始森林中。晴天，湖底的水藻和沉淀物在阳光的照射下，发射出一圈圈色彩斑斓的光环，所以又被人称为“五花海”。

当地流传着一个动人的传说：很久以前，九寨沟的东山上住着一位美丽善良的女神，九寨沟的西山上住着一位勤劳勇敢的男神，两人相处久了便产生了爱情。一天男神为了表达自己的爱慕之情，特意送了一面又大又亮的神镜给女神。女神在接过神镜时，由于心情过于激动，镜子竟然从她颤抖的手中滑落，掉到山下，碎成了 108 块，从此给九寨沟留下了 108 个形态各异、晶晶闪亮的湖泊。



3. 任务分析

主要任务如下:

- (1) 阅读此景点介绍并掌握主要信息;
- (2) 查阅有关语言辞典、翻译工具书以及网络资源, 解决翻译难点;
- (3) 分析此景点介绍所使用的翻译技巧和方法;
- (4) 完成译文。

4. 操作示范

(1) 大熊猫故乡: the natural range/habitat of the giant pandas (“故乡”在此意为大熊猫的自然栖息地, 并非 hometown)。

(2) 世界自然遗产: World Natural Heritage Site。

(3) 因沟内有九个藏族村寨而得名。

Jiuzhaigou (Nine-Village Gully) derives its name from the nine Tibetan villages in the gully. / It's so named /called because of the nine Tibetan villages in the scenic area.

(4) 世外桃源: a heaven of peace and happiness; a retreat away from the turmoil of the world。

(5) 流连忘返: linger on with no thought of leaving。

(6) 晶晶闪亮: twinkling / glittering。



Part III 项目训练

1. 将下列旅游常用词汇译成汉语。

- | | |
|----------|----------|
| (1) 旅游景点 | (2) 避暑胜地 |
| (3) 国家公园 | (4) 出土文物 |
| (5) 古建筑群 | (6) 湖光山色 |
| (7) 景色如画 | (8) 山清水秀 |
| (9) 诱人景色 | (10) 亭台 |
| (11) 回廊 | (12) 楼阁 |

2. 给右边的西湖十景选择合适的英语翻译。

- | | |
|-------------|--|
| ___ 1. 苏堤春晓 | A. Orioles Singing in the Willows |
| ___ 2. 曲院风荷 | B. Leifeng Pagoda in Evening Glow |
| ___ 3. 平湖秋月 | C. Three Pools Mirroring the Moon |
| ___ 4. 断桥残雪 | D. Lingering Snow on the Broken Bridge |
| ___ 5. 柳浪闻莺 | E. Evening Bell Ringing at Nanping Hill |
| ___ 6. 花港观鱼 | F. Autumn Moon over the Calm Lake |
| ___ 7. 三潭映月 | G. Viewing Fish at Flower Pond |
| ___ 8. 双峰插云 | H. Breeze-ruffled Lotus at Quyuan Garden |
| ___ 9. 南屏晚钟 | I. Spring Dawn at Su Causeway |
| ___ 10 雷峰夕照 | J. Twin Peaks Piercing the Cloud |

3. 将下面的句子译成英语。

- (1) 在这广袤无垠的中华大地上，有着无数绚丽多姿的自然景观。
- (2) 全国各地的名胜古迹都是游客向往的地方。
- (3) 泰山将自然景观与文化景观完美地融为一体。
- (4) 上有天堂，下有苏杭。



- (5) 五岳归来不看山，黄山归来不看岳。
- (6) 西湖犹如明镜，千峰凝翠，洞壑幽深，风光绮丽。
- (7) 在张家界国家地质公园里，奇峰三千，拔地而起。
- (8) 这个地区风景如画、气候温和、四季分明、物产丰富。
- (9) 襄樊在战国时为楚国的重要城池。
- (10) 北京地处华北平原的西北端，北枕燕山，西依太行，东近渤海，南面平川。

4. 将下面的旅游景点介绍分别译成英语和汉语。

杭州——“人间天堂”



意大利著名旅行家马可·波罗曾这样描述他印象中的杭州：“这是世界上最美妙迷人的城市，它使人觉得自己是在天堂。”

杭州是中国著名的六大古都之一，已有两千多年的历史。杭州不仅以自然美景闻名于世，而且有着传统文化的魅力。不仅有历代文人墨客的题咏，而且有美味佳肴和漂亮的工艺品。



The Great Wall

In the north of China, there lies a 6,700-kilometer-long (4,161-mile-long) ancient wall. Now well-known as the Great Wall of China, it starts at the Jiayuguan Pass of Gansu Province in the west and ends at the Shanhaiguan Pass of Hebei Province in the east. As one of the Eight Wonders in the world, the Great Wall of China has become the symbol of the Chinese nation and its culture.



Lots of beautiful legends and stories about the Great Wall took place following along the construction, and since that time these stories have spread around the country. Those that happened during construction are abundant, such as Meng Jiangnu's story and the legend of the Jiayuguan Pass. Meng Jiangnu's story is the most famous and widely spread of all the legends about the Great Wall. The story happened during the Qin Dynasty (221BC-206BC). It tells of how Meng Jiangnu's bitter weeping made a section of the Great Wall collapse. Meng Jiangnu's husband Fan Qiliang was caught by federal officials and sent to build the Great Wall. Meng Jiangnu heard nothing from him after his departure, so she set out to look for him. Unfortunately, by the time she reached the great wall, she discovered that her husband had already died. Hearing the bad news, she cried her heart out. Her howl caused the collapse of a part of the Great Wall. This story indicates that the Great Wall is the production of tens of thousands of Chinese commoners.



Part IV Useful Words and Expressions

shimmer ['ʃimə]	v. 闪烁
mystic ['mistik]	adj. 神秘的, 不可思议的
captivate ['kæptiveit]	v. 迷惑, 吸引
ravine [rə'vi:n]	n. 沟壑, 深谷
tint [tint]	n. 色彩
maple ['meɪpl]	n. 枫树
fiery ['faɪəri]	adj. 火红的
tranquility [træŋ'kwɪlɪti]	n. 平静, 安静
fringe [frɪndʒ]	v. 以某物做边界
fragrant ['freɪgrənt]	adj. 香的, 芬芳的
prefecture ['pri:fektʃuə]	n. 府, 县
longitude ['lɒndʒɪtju:d]	n. 经度
latitude ['lætɪtju:d]	n. 纬度
fertility [fə:'tɪlɪti]	n. 丰富, 多产, 肥沃
erect [i'rekt]	v. 建立, 设立
concubine ['kɒŋkjubəɪn]	n. 妾
homage ['hɒmɪdʒ]	n. 尊敬, 敬意



stupa ['stu:pə]	n. 佛塔
cemetery ['semitəri]	n. 墓地
alpine ['ælpain]	adj. 高山的
gingko ['gɪŋkəu]	n. 银杏树
cypress ['saipris]	n. 柏树
gully ['gʌli]	n. 小峡谷, 冲沟
historical interest	历史遗迹
Pearl River Delta	珠江三角洲
Buddhist doctrine	佛教教义
terra cotta	赤土陶器, 陶俑
Caodong Sect	曹洞宗
Autonomous Prefecture	自治区
Aba Prefecture	阿坝州

参 考 文 献

- [1] 贺雪娟. 商务英语翻译教程. 北京: 外语教学与研究出版社, 2007.
- [2] 翁凤翔. 21 世纪国际商务英语丛书《实用翻译》. 杭州: 浙江大学出版社, 2004.
- [3] 翁凤翔. 当代国际商务英语翻译. 上海: 上海交通大学出版社, 2007.
- [4] 陈准民, 陈建平. 商务英语翻译 (汉译英). 北京: 高等教育出版社, 2007.
- [5] 车雪娟, 贾秀海. 商务英语翻译教程. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2007.
- [6] 陆墨珠. 国际商务函电. 北京: 中国商务出版社, 2005.
- [7] 陈祥国. 国际商务函电. 北京: 中国对外经济贸易出版社, 2003.
- [8] 兰天. 外贸英语函电. 东北财经大学出版社, 2007.
- [9] 王乃彦. 外贸英语函电. 中国商务出版社, 2005.
- [10] 甘鸿. 外经贸英语函电. 上海: 上海科学技术文献出版社, 1996.
- [11] 王兴孙, 叶兴国. 新编进出口英语函电. 上海: 上海交通大学出版社, 2001.
- [12] 冯庆华. 实用翻译教程. 上海: 上海外语教育出版社, 2002.
- [13] 张培基. 英汉翻译教程. 上海: 上海外语教育出版社, 1980.
- [14] 吴百福. 进出口贸易实务教程. 上海: 上海人民出版社, 2001.
- [15] 陈岩, 刘玲. UCP600 与信用证精要. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2007.
- [16] 祝卫. 出口贸易模拟操作教程. 上海: 上海人民出版社, 2002.
- [17] 邹力. 商务英语翻译教程 (笔译). 北京: 中国水利水电出版社, 2005.
- [18] 贺雪娟. 商务英语翻译教程. 北京: 外语教学与研究出版社, 2007.
- [19] 王志奎. 大学汉英翻译教程. 济南: 山东大学出版社, 2000.
- [20] 杨大亮. 大学商务英语翻译教程. 北京: 北京大学出版社, 2003.
- [21] 周振邦. 商务英语翻译. 青岛: 青岛海洋大学出版社, 1998.
- [22] 余富林等. 商务英语翻译 (英译汉). 北京: 中国商务出版社, 2003.
- [23] 张新红. 商务英语翻译. 北京: 北京高等教育出版社, 2003.
- [24] 马会娟. 商务英语翻译教程. 北京: 中国商务出版社, 2004.
- [25] 李朝编. 实用商务英语翻译教. 上海: 程复旦大学, 2003.
- [26] Grahame T. Bilbow. 英文商务报告写作指南. 广州: 世界图书出版公司广东公司, 1999.